

# **LA COBERTURA DELS GRUPS D'INTERÈS I DELS MOVIMENTS SOCIALS A LES NOTÍCIES DE TV3**

**Dra. María Dolores Montero Sánchez**

**Col·laboració: Marta Civil i Serra**

**VI convocatòria d'ajuts a  
projectes de recerca sobre comunicació audiovisual  
(segons acord 103/2009 del Ple del Consell de l'Audiovisual de Catalunya)**

**Bellaterra (Cerdanyola del Vallès), 9 d'agost de 2010**

## AGRAÏMENTS

El meu agraïment més sincer a totes les persones i institucions que, amb el seu suport, m'han permès realitzar aquesta recerca, especialment al Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC), per haver facilitat també les gravacions dels *Telenotícies* de la mostra d'estudi.

Una gratitud molt especial per a les persones entrevistades: a les nou persones vinculades a la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA) i a TV3, i a les deu persones integrants del col·lectiu de grups d'interès i moviments socials. Les seves experiències i aportacions han estat molt valuoses per entendre millor les rutines periodístiques i la dinàmica de les fonts d'informació, i reflexionar, conjuntament, sobre possibles millores.

Finalment, el meu agraïment a la Sra. Marta Civil i Serra per la seva col·laboració en la realització i la transcripció de les entrevistes en profunditat, pel seu assessorament, així com pels bons moments que hem passat juntes; a la Sra. Alba Giron Masot per la seva ajuda en la revisió lingüística; a la Dra. Isabel Fernández Alonso, per les reflexions conjuntes sobre alguns aspectes del treball; a la Sra. Ana Fernández Viso per la seva ajuda inicial; a l'InCom-UAB i a la Càtedra Unesco de Comunicació (InCom-UAB).

# SUMARI

<b>Introducció .....</b>	<b>3</b>
<b>1. Mitjans de comunicació, noticiabilitat i grups d'interès .....</b>	<b>7</b>
1.a. Mitjans de comunicació, democràcia i opinió pública .....	9
1.b. Criteris de noticiabilitat, fonts d'informació i objectivitat .....	15
1.c. Grups d'interès, moviments socials i opinió pública .....	20
1.d. Televisió pública, TV3 i <i>Telenotícies</i> .....	27
<b>2. Metodologia d'investigació .....</b>	<b>37</b>
2.a. Anàlisi de contingut de la informació sobre grups d'interès i moviments socials a <i>TN Migdia</i> , <i>TN Vespre</i> i <i>TN Migdia</i> i <i>Vespre Cap de Setmana</i> .....	38
2.b. Entrevistes en profunditat a professionals dels Serveis Informatius i a responsables d'altres serveis de Televisió de Catalunya i de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals ...	44
2.c. Entrevistes en profunditat als professionals de la comunicació institucional dels grups d'interès de la mostra d'estudi .....	46
<b>3. Els grups d'interès i els moviments socials als <i>Telenotícies</i> de TV3: resultats de l'anàlisi de contingut .....</b>	<b>49</b>
3.a. Els aspectes formals .....	51
3.b. Els actors de la informació .....	57
3.c. La relació entre actors i tipus d'acció .....	64
3.d. Els temes de la informació .....	66
3.e. Discussió dels resultats .....	69

<b>4. La perspectiva periodística sobre els grups d'interès i els moviments socials .....</b>	<b>72</b>
4.a. Els criteris de noticiabilitat .....	73
4.b. Les rutines periodístiques .....	75
4.c. Els grups d'interès i els moviments socials com a fonts d'informació .....	78
4.d. La interacció entre periodistes i fonts d'informació .....	83
4.e. La imatge del periodista sobre l'audiència .....	90
<b>5. La perspectiva dels grups d'interès sobre els <i>Telenotícies</i> ...</b>	<b>94</b>
5.a. La noticiabilitat dels grups d'interès .....	97
5.b. La presència dels grups en els <i>Telenotícies</i> .....	106
5.c. La interacció entre els departaments de comunicació i els periodistes .....	112
<b>6. Conclusions .....</b>	<b>120</b>
<b>7. Referències .....</b>	<b>127</b>
<b>8. Annexos de l'anàlisi de contingut .....</b>	<b>133</b>
Annex I: Mostra de treball .....	134
Annex II: Fitxa d'anàlisi de contingut .....	161
Annex III: Llibre de codis de l'anàlisi de contingut .....	169
Annex IV: Taules d'actors principals i secundaris .....	173

## INTRODUCCIÓ

L'estudi que es presenta a continuació es basa en el supòsit que les organitzacions i moviments socials són actors importants en la configuració de l'esfera pública, en la qualitat del debat públic i en la deliberació entorn als problemes socials. Els mitjans de comunicació, en general, proporcionen l'espai en el qual s'entrecreuen les idees, propostes i interessos dels actors polítics i no polítics.

L'objectiu d'aquest estudi és analitzar la cobertura dels grups d'interès i els moviments socials en les notícies dels informatius de TV3. Entenem que la televisió pública està compromesa essencialment amb els valors de pluralisme i diversitat en els continguts de la informació i en les fonts.

Aquest objectiu general es desglossa en els objectius concrets següents:

- Descriure els criteris de noticiabilitat en la cobertura de les informacions relacionades amb els grups d'interès i els moviments socials.
- Analitzar les pautes d'interacció entre aquests grups i moviments i els mitjans de comunicació.
- Proposar línies de treball per contribuir a millorar els processos de comunicació entre aquests grups i els mitjans de comunicació.

Per aconseguir aquests objectius ens hem aproximat al nostre objecte d'estudi des d'una perspectiva triple: en primer lloc, el seguiment dels grups d'interès i dels moviments socials en els *TN Migdia*, *TN Vespre*, *TN Migdia* i *TN Vespre Cap de Setmana*, a través d'una anàlisi de contingut de la informació. En segon

lloc, el coneixement de les opinions d'alguns professionals dels telenotícies sobre el treball periodístic entorn d'aquests grups. En tercer lloc, el coneixement de les opinions dels responsables de comunicació dels propis grups d'interès sobre la cobertura de les seves accions.

La nostra pretensió ha estat posar en comú els punts de vista dels professionals que estan a un costat i a un altre del flux informatiu dels mitjans de comunicació. Tenint en compte que les notícies són el resultat dels processos de producció dins de l'organització/empresa, ens hem centrat sobretot en les actituds dels periodistes i els responsables de comunicació dels grups d'interès cap a la noticiabilitat. Hem tractat d'objectivar quins són aquests processos i les pràctiques periodístiques i comunicatives que formen part de la seva dinàmica de treball. Per aquest motiu, el nostre estudi no intenta definir detalladament la cobertura dels temes d'informació durant la mostra d'anàlisi, ni la presència d'una organització o d'una altra a mig i llarg termini en els *Telenotícies* de TV3. Hem intentat comprendre el conjunt de factors que incideixen, rutinàriament, en la definició de la noticiabilitat.

Els grups d'interès i moviments socials acostumen a ser considerats 'actors no polítics'. La seva diferència amb els partits polítics és clara, ja que no aspiren a conquerir i, posteriorment, conservar el poder. Entre d'altres, l'objectiu principal dels grups d'interès és influir sobre els responsables de les decisions en les àrees clau del seu interès, sobre les institucions i les polítiques públiques. Poden treballar en benefici d'un col·lectiu reduït o de sectors més amplis de la població. Els moviments socials, en canvi, mitjançant els seus objectius intenten implicar al conjunt de la societat, a curt o a llarg termini.

No obstant això, i malgrat ser titllats d'actors no polítics, les estratègies comunicatives d'aquestes agrupacions formen part dels processos de comunicació política i, en aquest sentit, estan obligats a apel·lar a l'opinió

pública per donar a conèixer els seus objectius i exercir una major pressió des de l'esfera pública.

La nostra aportació intenta contribuir a la comprensió dels processos de producció a través dels quals es configuren les notícies relacionades amb els grups d'interès i els moviments socials; les pràctiques periodístiques respecte a aquest tipus de notícies i les pràctiques comunicatives dels grups/moviments per accedir a l'esfera pública política.

El capítol 1 reflexiona sobre els mitjans de comunicació, la noticiabilitat i els grups d'interès/moviments socials. Tracta d'articular la discussió entorn a les funcions dels mitjans de comunicació en les societats democràtiques i, en concret, sobre les funcions de la televisió pública a Catalunya.

A continuació, el capítol 2, exposa la metodologia de la investigació basada en tres etapes principals: la primera, l'estudi de les informacions a través de l'anàlisi de contingut dels *TN Migdia*, *TN Vespre*, *TN Migdia* i *TN Vespre Cap de Setmana* en un període de sis setmanes (una setmana de cada mes, elegida aleatòriament, des de setembre de 2009 fins febrer de 2010). La segona, l'estudi dels processos de treball periodístic a TV3. Finalment, la tercera, l'estudi dels processos de treball dels responsables de comunicació institucional dels grups d'interès. Per a això hem portat a terme deu entrevistes amb els responsables de comunicació d'alguns dels grups que apareixien en la mostra dels telenotícies seleccionada per a l'anàlisi de contingut.

Els resultats de l'anàlisi de contingut es mostren al capítol 3. Les dades que es presenten, per a cadascun dels *Telenotícies*, fan referència als aspectes formals, als actors de la informació, al tipus d'acció que porten a terme els actors de la informació i, finalment, als temes que s'han desenvolupat durant el període analitzat.

El capítol 4 tracta sobre els criteris de noticiabilitat dels grups d'interès/moviments socials des del punt de vista de set periodistes dels Serveis Informatius de Televisió de Catalunya, i de dos professionals que realitzen la seva feina a altres serveis de TV3 i de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals. Les seves opinions s'agrupen a partir de quatre línies de treball: noticiabilitat, rutines periodístiques, fonts d'informació, la interpretació entre periodistes i fonts d'informació, i la imatge del periodista sobre l'audiència.

L'explicació sobre els criteris de noticiabilitat des de la perspectiva dels professionals dels departaments i gabinets de comunicació dels grups d'interès/moviments socials es desenvolupa al capítol 5. S'hi presenten les opinions d'alguns dels professionals d'aquests grups que apareixien a la mostra de l'anàlisi de contingut. Les línies de treball són les següents: noticiabilitat, presència en els *Telenotícies* i interacció entre els departaments de comunicació i els periodistes.

Finalment, el capítol 6, redactat a mode de conclusions, pretén establir una síntesi del treball i aportar unes recomanacions focalitzades a dues bandes. D'una banda, dirigides als periodistes que treballen dia a dia amb les peces informatives sobre grups d'interès i moviments socials, i de l'altra, dirigides als propis actors i protagonistes de les notícies, sobre la dinàmica per accedir als mitjans de comunicació, ser escoltats i tinguts en compte.



# 1. MITJANS DE COMUNICACIÓ, NOTICIABILITAT I GRUPS D'INTERÈS

La cobertura televisiva de l'activitat de presidents, governs i partits polítics ha estat un objecte d'estudi preferent en el camp de la investigació en comunicació mediàtica. Des de fa anys es parla de *mediatització* de la política i es podria fer extensiu a qualsevol altre àmbit social i cultural de rellevància pública. Els conceptes proposats per definir aquest fenomen són diversos: *democràcia centrada en els mitjans* (Swanson, 1995, 2004), *democràcia d'audiència* (Manin, 1998) i *democràcia teledirigida* (Sartori, 1998), entre d'altres. Tots aquests autors, amb aproximacions diferents, coincideixen a atribuir a la televisió un protagonisme de primera línia que ha pogut tenir conseqüències importants en els processos electorals, i en les formes de comunicació de les institucions governamentals i dels partits.

La cobertura informativa dels grups d'interès (en especial els que compten amb menys recursos) i dels nous moviments socials no ha tingut el mateix tractament per part dels investigadors en comunicació política. Hi ha molts pocs estudis que s'interessin per aquests actors en les notícies de televisió<sup>1</sup>. Els grups d'interès tenen capacitats molt diferents respecte a recursos econòmics, a organització i a estratègies de pressió. Entre els sindicats, organitzacions, associacions, fundacions, etc., trobem una gran varietat de possibilitats. D'una banda, els grups que estan plenament integrats en els processos de presa de decisions i que, en conseqüència, tenen les seves estratègies d'actuació molt definides i un reconeixement del paper que hi desenvolupen. De l'altra, els grups que se situen al marge dels processos de presa de decisions polítiques, amb estratègies radicalment diferents per a l'assoliment dels seus objectius.

---

<sup>1</sup> Cal destacar, en aquest sentit, l'aportació de Laura Rodas (2006) sobre la visibilitat dels actors socials.

Sovint es pot observar que les grans organitzacions empresarials, els grans sindicats de treballadors i els sindicats agraris acostumen a ser tractats pels mitjans de comunicació com a actors polítics o socials plenament reconeguts. Per contra, els resultats de la investigació realitzada fins a l'actualitat parlen més aviat d'un desentendre entre les organitzacions amb menys recursos/moviments socials i els mitjans de comunicació. Sembla que la informació no presta l'atenció necessària als grups d'interès de recursos escassos i als moviments socials per la poca flexibilitat i l'escassa obertura als nous temes i plantejaments (Gitlin, 1980; Gamson, 1992; Klandermans, 1997; Neveu, 2002; Rucht, 2004). Mentrestant, aquests grups i moviments desitgen una cobertura amb certa complicitat cap als seus objectius i la seva percepció és que, en general, existeix una actitud de reserva cap a ells (Montero, Zeller, García Blanco, 2008).

Els grups d'interès i els nous moviments socials són una forma de participació en l'esfera pública, de creació d'identitat i de diàleg i responen a diferents maneres d'interpretar la realitat. La cultura política en les democràcies avançades, que fins ara s'havia caracteritzat per la cohesió entorn de l'herència cultural, d'unes imatges socials, i d'uns esdeveniments compartits per la majoria de la societat, està evolucionant en formes més complexes en les quals impera la diversitat de valors i d'identitats. L'expressió d'aquestes identitats col·lectives és un dels elements fonamentals d'una ciutadania que participa activament en el procés de deliberació pública.

### **1.a. Mitjans de comunicació, democràcia i opinió pública**

L'associació d'aquests tres conceptes (mitjans de comunicació, democràcia i opinió pública) ens porta a pensar en un dels aspectes necessaris per assolir l'ideal democràtic. En termes de la teoria democràtica, l'opinió pública és el fonament essencial i operatiu de la democràcia (Sartori, 1992). L'opinió pública, o opinions públiques, han d'emanar del públic. Per aconseguir això, però, el ciutadà ha d'estar ben informat, és a dir, disposar dels elements necessaris per conèixer, comprendre, interpretar, deliberar conjuntament amb altres ciutadans, i elaborar una opinió.

Normalment hi ha consens al descriure les funcions més reconegudes dels mitjans de comunicació en les democràcies actuals respecte a la informació. Entre aquestes funcions trobem: la informació sobre els fets principals que afecten la societat, la vigilància de l'exercici de poder i la provisió d'un espai de discussió i circulació d'idees. Ara bé, si una de les exigències més importants de la participació ciutadana en la democràcia és estar ben informat, convé tenir present dos aspectes: en primer lloc, quins són els requisits necessaris per a la qualitat de la informació, i, en segon lloc, què és necessari per a què es produeixi una opinió o opinions públiques de qualitat en la ciutadania.

Ja en la dècada dels 40, als Estats Units, la Comission on Freedom of the Press (1947: 20-21), presidida per Robert M. Hutchins, va alertar sobre la necessitat de reafirmar la llibertat de premsa davant les concentracions de poder i explicità els cinc requisits que havia de complir la premsa, i els mitjans informatius en general, per desenvolupar les seves funcions en una societat lliure:

Avui la nostra societat necessita, primer, un relat exhaustiu, verídic i intel·ligent dels esdeveniments del dia en un context que els doni significat; segon, un

fòrum per a l'intercanvi de comentaris i crítiques; tercer, un mitjà per a projectar les opinions i actituds dels grups, d'uns als altres, en la societat; quart, un mètode per a presentar i clarificar els fins i valors de la societat, i cinquè, una forma per a què tots els membres de la societat tinguin accés a la informació del dia.

Aquests requisits, base de la teoria de la responsabilitat social de la premsa i, per extensió, dels mitjans de comunicació, van ser, en els últims 60 anys, un dels referents del bon periodisme. Han constituït la base d'una de les teories normatives presents en l'exercici de la professió, malgrat que la seva aplicació mai no ha estat generalitzada. A la pràctica, les societats democràtiques amb sistemes polítics, estructures de mitjans de comunicació i cultures polítiques diferents han donat pas a sistemes mediàtics en els quals s'han desenvolupat formes específiques de periodisme (Hallin, Mancini, 2008).

En l'actualitat, l'exercici del periodisme té nous reptes. D'una banda, els reptes derivats de la transformació de les empreses d'informació/comunicació i de la introducció de les noves tecnologies en els processos de producció de la informació. De l'altra, els reptes que sorgeixen dels canvis que s'han produït en la societat, dels usos que els ciutadans fan de la comunicació i de l'adaptació a les noves necessitats de la audiència.

Les empreses de comunicació no es diferencien gaire de la resta d'empreses, i la recerca de beneficis té implicacions directes sobre la informació. La tendència a la concentració de la propietat, l'increment de la competència entre les empreses, la lluita per les audiències i l'adequació a les noves tecnologies constitueixen, ara com ara, el marc en el qual una bona part de professionals desenvolupa la seva feina. Al mateix temps, la responsabilitat del ciutadà queda a vegades diluïda en les grans audiències, les formes de participació de les quals gairebé sempre solen ser simbòliques.

Tant als Estats Units com a Europa, la insatisfacció amb el paper dels mitjans de comunicació i la pressió del mercat sobre els processos de producció animen a realitzar nombroses interpretacions i noves propostes d'estàndards de notícia i de la seva funció a la societat. L'espectre de punts de vista sobre aquesta qüestió és bastant ampli: l'acceptació dels condicionants actuals dels mitjans de comunicació (per motius econòmics, organitzatius i d'audiència); l'elaboració d'uns estàndards de qualitat mínims, la creació de noves teories normatives sobre el periodisme associades a les teories sobre la democràcia; o bé el desenvolupament de nous estàndards de qualitat en el marc dels mitjans de comunicació públics (Bennet, Entam, eds., 2001; Schudson, 2002; Gans, 2003; Zaller, 2003; Graber, 2004; Cook, 2005; Strömbäck, 2005; Curran, 2005); per citar-ne alguns dels més significatius.

Les propostes de John Zaller (2003) van dirigides a reflexionar sobre el paper dels mitjans de comunicació i de la ciutadania en els processos de comunicació política. Per aquest autor, les crítiques negatives cap als mitjans de comunicació es basen en un ideal de ciutadania que no és realista, ni tan sols necessari, per al funcionament de la democràcia. L'argument principal és que les notícies han de proporcionar informació per cridar l'atenció dels ciutadans sobre els problemes realment importants. Metafòricament, l'autor explica que els mitjans haurien d'actuar com si fossin una "alarma antirobatori", en comptes d'actuar, tal com ho fan habitualment, com si es tractés de "patrulles de policia". L'ideal no és realitzar una cobertura extensa de tots els temes d'informació, més aviat es tractaria de seleccionar temes puntuals d'interès general. Segons el model vigent, la "patrulla de policia" actua a mode de vigilància general, en canvi l'"alarma antirobatori" proporcionaria informació per cridar l'atenció sobre les problemes immediats.

En opinió de l'autor John Zaller, l'estàndard de qualitat de les notícies hauria de reunir bàsicament tres qualitats: oferir als ciutadans la informació necessària per a complir amb les seves responsabilitats democràtiques; adequar el nivell de qualitat de les notícies al nivell que els ciutadans requereixen; i intentar millorar les deficiències per a tractar de millorar l'estàndard. Les notícies són entreteniment, per això els periodistes haurien d'explicar les qüestions importants amb una cobertura dramatitzada i divertida que permeti que els partits i els grups d'interès puguin expressar els punts de vista oposats.

Des d'una perspectiva antagònica, Jesper Strömbäck (2005) pensa que per a analitzar les implicacions normatives dels mitjans de comunicació i el periodisme en la democràcia, cal distingir entre els diferents models de democràcia, atès que només amb una percepció ajustada a la realitat els mitjans podrien contribuir millor al desenvolupament democràtic. Des del seu punt de vista, els models de democràcia en les nostres societats són principalment la democràcia procedimental, la competitiva, la participativa i la deliberativa.

En tots els casos, aquests models de democràcia exigeixen als mitjans que respectin la democràcia i que actuïn com a fòrum polític de les diverses propostes. Tanmateix, des de la perspectiva de la democràcia procedimental i competitiva, les implicacions per al periodisme són les d'actuar com a vigilants del desenvolupament polític i social i, en el cas de la democràcia competitiva, el periodisme hauria de centrar-se en els actors polítics, perquè és de summa importància que els ciutadans coneguin bé les diverses propostes de lideratge en la societat. Si la nostra fita és la democràcia participativa, llavors, el periodisme hauria de permetre als ciutadans crear l'agenda i implicar-se en la vida pública. Haurien de focalitzar la resolució de problemes i entendre la política com a un procés obert, un procés en el qual els ciutadans poden formar part d'una manera activa. Finalment, en la democràcia deliberativa, el periodisme hauria de propiciar la participació de tots els ciutadans, i fomentar les discussions

públiques, que haurien de regir-se per la racionalitat, la imparcialitat, l'honestedat i la igualtat. Segons Jesper Strömbäck, és només a través d'aquesta discussió sobre quins són els nostres objectius i, en conseqüència, quins mitjans de comunicació necessitem, que podrem avançar en el coneixement de com el periodisme afecta o pot afectar la democràcia.

Des d'un punt de vista diferent als dos anteriors, James Curran (2005) considera que, en l'actualitat, els mitjans de comunicació tenen, entre les seves funcions, la d'establir nombrosos vincles entre les institucions estatals, els partits polítics, la societat civil i els ciutadans. Els mitjans de comunicació articulen els principals grups socials i subgrups, i estableixen un canal de comunicació entre els diferents espais geogràfics (global, continental, nacional, regional i local). Es tractaria, des del seu punt de vista, de redefinir les funcions bàsiques dels mitjans: la representació, la deliberació (els mitjans com a fòrum d'idees), la resolució de conflictes, la responsabilitat en la vigilància de la política i de l'estat, i la difusió de la informació. Així, per exemple, pel que fa a la representació, no es tracta que els mitjans siguin un substitut del procés social, sinó més aviat que facilitin que els grups siguin escoltats. Quant a la deliberació, es tractaria d'analitzar quines són les oportunitats reals d'aquests grups, les seves possibilitats i recursos per afavorir l'accés als mitjans. La contribució a la resolució dels conflictes es podria assolir a través del periodisme equilibrat i de l'objectivitat de l'exercici de la professió periodística.

En opinió de James Curran cada país ha desenvolupat formes diverses de reconciliació entre les necessitats del mercat i la democràcia, però podrien reduir-se a quatre: la radiotelevisió de servei públic, les polítiques de regulació del mercat, l'ampliació dels drets en les redaccions, i la promoció de la cultura de servei públic entre els periodistes.

Els mitjans de radiodifusió pública han desenvolupat la cultura de servei públic i l'aplicació de la responsabilitat social a la seva funció. A Europa, la televisió basada en els valors del servei públic tendeix a promoure el pluralisme i la diversitat (Gardam, Levy, 2008). Segons Gillian Doyle (2002: 11-12), ambdós conceptes podrien definir-se de la manera següent:

El pluralisme està generalment associat a la diversitat en els mitjans; la presència d'un nombre de veus independents i diferents, i d'opinions polítiques i representacions de la cultura diverses. Els ciutadans esperen i necessiten una diversitat i pluralitat de continguts i de fonts en els mitjans.

Històricament, el servei públic ha sostingut i renovat el capital cultural, el "ciment" de la societat (Blumler, 1993). En paraules de Daniel Hallin i Paolo Mancini (2004: 39), el servei públic a Europa ha creat “una continuïtat entre la cultura televisiva i la cultura establerta en el conjunt de la societat”.

Les organitzacions culturals i polítiques transnacionals reafirmen avui en dia els valors del pluralisme i la diversitat, així com els valors de servei públic de la televisió davant la comercialització i l'homogeneïtzació. Una mostra d'aquesta preocupació són els programes institucionals de seguiment del pluralisme (European Commission, 2009), les actuacions dels consells audiovisuals a Europa (Estrada, 2006) i les propostes dels investigadors de comunicació sobre la vigilància del pluralisme (Trappel, Maniglio, 2009). En concret, cal citar els informes mensuals del Consell de l'Audiovisual de Catalunya sobre l'observança del pluralisme polític a la televisió i a la ràdio<sup>2</sup>.

---

<sup>2</sup> Accessible a:

<<http://www.cac.cat/web/actuacions/index.jsp?Njk%3D&MQ%3D%3D&L3dIYi9hY3R1YWNPb25zL2xsaXNOYXRDb250ZW50&NQ%3D%3D>> [Consulta el 3 d'abril de 2010].



A l'article 2 de la *Declaració Universal de la UNESCO sobre Diversitat Cultural* (2001), s'explicita que "les polítiques que afavoreixen la inclusió i la participació de tots els ciutadans garanteixen la cohesió social, la vitalitat de la societat civil i la pau".

També, en relació als mitjans de comunicació, el Consell d'Europa (*Rapport sur la diversité des médias en Europe*, 2002) defineix que:

La diversitat cultural forma part integrant de la identitat cultural d'Europa. La pluralitat dels mitjans condiona la seva aptitud per reflectir aquesta diversitat. La llibertat d'informació implica que els ciutadans puguin accedir a diverses informacions, sobretot a diferents opinions i idees, i també, des d'una perspectiva més àmplia, als diferents aspectes i expressions culturals. La cultura en el sentit ampli influeix en la societat de manera subtil, ja que constitueix la base sobre la qual formem les nostres opinions. La uniformitat en els mitjans tendeix a reforçar la tendència al conformisme i a debilitar la possibilitat d'avaluar les diferents perspectives i opinions.

### **1.b. Criteris de noticiabilitat, fonts d'informació i objectivitat**

Cada vegada més els professionals incorporen noves perspectives d'anàlisi, una major especialització i una diversitat de fonts més àmplia. Les noves tecnologies permeten més possibilitats d'obtenció d'informació. No obstant això, aquests nous elements s'adeqüen a les rutines de treball periodístic, als valors de les notícies, la tendència a l'entreteniment per mantenir els índexs d'audiència, etc.

En línies generals hi ha tres aspectes importants que cal considerar en la producció de notícies: els criteris de noticiabilitat, les fonts d'informació i l'assumpció de l'objectivitat.

La noticiabilitat i els valors-notícia formen part del procés de treball de la redacció periodística al definir l'actualitat del dia a dia. Mauro Wolf (1987: 222) els explica de la manera següent:

Definida la noticiabilitat com el conjunt d'elements a través dels quals l'aparell informatiu controla i gestiona la quantitat i el tipus d'esdeveniments dels quals selecciona les notícies, podem definir els valors/notícia (*news values*) com un component de la noticiabilitat. Representen la resposta a la pregunta següent: quins esdeveniments són considerats suficientment interessants, significatius, rellevants, per a ser transformats en notícia?

En general els valors/notícia remeten a l'actualitat, la novetat, la transcendència, la importància, l'impacte de les imatges, l'accessibilitat, etc., tots ells assumits per la cultura professional periodística. Cada empresa periodística influeix en la visió que els periodistes tenen de la seva feina, de manera que cada redacció desenvolupa, a la pràctica, un procés de socialització per unificar valors i criteris entre tots els membres.

A aquests criteris s'uneixen, a més, altres factors extraperiodístics que convé també tenir presents. Com explica Miquel Peralta (2005) es tracta de la competitivitat informativa i empresarial, el potencial econòmic i laboral del mitjà, i les característiques i personalitat del telenotícies. Com que la competència entre empreses, i entre mitjans, és cada dia més forta s'exigeix que la informació sigui, a més, original.

Fins a l'actualitat, la investigació sobre els valors/notícia ha subratllat que les notícies que contenen personalització, negativisme i fets tenen més possibilitats de ser seleccionades que la resta d'històries (Donsbach, 2004). Encara caldria afegir a aquestes característiques el "seguidisme" dels mitjans de comunicació,

tal com ha definit Juan Antonio Sacaluga (2009), per descriure l'escassetat de periodisme d'investigació i d'independència.

A més dels factors noticiables, les fonts d'informació són un aspecte determinant de la qualitat de les notícies, o més en concret, de la qualitat de les notícies (Wolf, 1987). Les fonts han de tenir credibilitat, merèixer confiança i ser de fàcil accés (Thrall, 2006).

La investigació acadèmica sobre aquest aspecte ha conclòs que el periodisme polític acostuma a ser el resultat de la interacció entre professionals de la informació i polítics i buròcrates (Schudson, 2002). Herbert J. Gans (2004) ha ressaltat el paper de les fonts en la producció de la informació. L'any 1979 va publicar un estudi sobre les notícies nacionals als Estats Units, a partir d'una anàlisi de contingut i de l'observació de les redaccions de *CBS Evening News*, *NBC Nightly News*, *Newsweek* i *Time*. Les seves reflexions van ser, en aquest sentit, les següents:

Els periodistes estan en contacte amb un nombre limitat del mateix tipus de fonts. Les fonts impacients i poderoses que necessiten aparèixer a les notícies són convenients, primer perquè sempre poden suplir informacions, i, després, perquè satisfan les consideracions d'autoritat i productivitat. Les fonts més regulars desenvolupen relacions quasi institucionalitzades amb l'empresa informativa a través dels periodistes que els han estat assignats (Gans, 2004: 144).

Segons Herbert H. Gans (2004) les seves conclusions de l'estudi de 1979 sobre els valors i els processos de creació de les notícies són encara vàlids. Vint-i-cinc anys més tard, com dèiem al principi d'aquest capítol, hi ha una diversitat de fonts major. Les noves tecnologies faciliten la feina del periodista, però també

suposa una allau de comunicacions procedents d'institucions, organitzacions, empreses, grups d'interès, etc.

Les relacions públiques són cada vegada més presents a les institucions i organitzacions polítiques. Els grups d'interès amb més recursos de comunicació també poden influir en els factors de noticiabilitat. Així, per exemple, poden planificar el contacte amb els periodistes, els dossiers de premsa, les rodes de premsa, els informes, els documents d'investigació, els anuaris d'activitats, etc. Això pot provocar, de vegades, que el tractament dels diferents actors socials sigui desigual. Algunes organitzacions i moviments no s'esforcen gaire per trobar perspectives originals. D'altres, en canvi, coneixen perfectament com incidir i això es nota en la seva visibilitat pública.

Algunes fonts d'informació poden facilitar la feina dels periodistes i, fins i tot, alguns grups d'interès representen una forma útil, per als periodistes, d'equilibrar les històries de les notícies (Thrall, 2006). Però, en general, les rutines de la feina periodística tendeixen a no tenir en compte els grups petits i moviments socials i això es reflecteix en la seva visibilitat social. Tampoc no se'ls considera com a fonts d'informació. La cobertura informativa es basa en molts casos en la capacitat d'aquests actors de crear conflictes institucionals i el seu conseqüent impacte polític, social i cultural.

En general, entre els periodistes, s'acostuma a racionalitzar la rutina explicant que els valors i actituds professionals tendeixen a tractar els fets des d'una perspectiva neutral. La metàfora del mirall, en que el periodista mostra la realitat com un simple reflex del que veu, segueix essent vàlida en la legitimació periodística de la tasca quotidiana. No obstant això, aquesta és una idea que progressivament adquireix més matisos. María José Canel i José Javier Sánchez-Aranda (1999: 168), en un estudi basat en una enquesta realitzada a 1.000 periodistes a tot Espanya, van concloure que:

Les percepcions que els periodistes espanyols tenen del seu paper en la societat estan evolucionant en concordança amb els canvis del mercat de la informació. Un primer resultat mostra que els periodistes se segueixen adherint a màximes tradicionals d'objectivitat que separen radicalment fets d'opinions. Però l'anàlisi més detallada de les dades apunta que aquesta separació radical queda diluïda tant en les percepcions dels periodistes com en la pràctica professional.

Segons aquest mateix estudi, els periodistes segueixen reafirmant-se en el seu paper de "difusors de la informació", però també consideren importants altres actituds com exercir d'advocat de valors i idees, adversari del poder i analista o intèrpret de la realitat. Cada mitjà, empresa i, en concret cada redacció periodística reelabora, al seu torn, aquests valors.

Així i tot, els periodistes solen reafirmar la posició que els valors personals queden fora de la notícia i, per això, fan una defensa explícita de l'objectivitat. L'objectivitat permet explicar no només el procés de recollida de la informació i la selecció de fonts, sinó també els permet, d'una banda, quedar lliures d'implicacions en els efectes que poden tenir les notícies, i de l'altra, excloure'n la ideologia, és a dir, evitar identificar-se amb els extrems del sistema polític (Gans, 2004).

Quan els fets són verificables, la noticiabilitat es basa principalment en la credibilitat de les fonts. Si els fets no són verificables, el que dóna sentit, la noticiabilitat, es basa en generalitzacions com afavorir les fonts institucionals i els individus amb més responsabilitat dins de la institució (Tuchman, 1983).

### **1.c. Grups d'interès, moviments socials i opinió pública**

Segons l'*Anuari Estadístic de Catalunya*<sup>3</sup>, l'any 2009 hi havia registrades 62.799 entitats jurídiques, de les quals 55.252 eren associacions. A més, segons indica la tendència en els últims cinc anys, el nombre d'associacions creix a un ritme ràpid. Estem en un moment social en què vivim tendències contradictòries. D'una banda, augmenta la desafecció política, i, des de la investigació comunicativa, es parla de 'cinisme' del públic per referir-se a la falta de confiança cap a altres persones o cap a les institucions polítiques o socials (Cappella, 2002). Paral·lelament, d'altra banda, s'enforteixen les tendències a agrupar-se, a través de diverses fórmules jurídiques, per a la defensa d'uns objectius definits.

Els grups d'interès reben noms diversos segons s'analitzin des d'una perspectiva teòrica o d'una altra (la tradició pluralista, més arrelada als Estats Units, o la tradició corporativista, més comuna a Europa), i en el context de la cultura política de cada país. Així, grups de pressió, associacions d'interès, organitzacions d'interès, etc., poden rebre el nom de *lobbies*, encara que hi ha un gran nombre d'especialistes que utilitzen aquestes denominacions indiscriminadament (Beyme, 1986; Jordana, 2004; Jerez, 2008). De totes maneres, les connotacions negatives implícites en el terme "pressió" fa que cada vegada es tendeixi més a utilitzar "grups d'interès", o bé "associació d'interès" per definir aquests actors, sobretot per part de les instàncies polítiques (vegeu la justificació de la Comissió de Seguiment del Llibre Verd "Iniciativa europea en favor de la transparència", en defensa del terme "grups d'interès", Comisión de las Comunidades Europeas, 2007).

---

<sup>3</sup> *Anuari Estadístic de Catalunya*. [En línia]. Barcelona: IDESCAT, 2009.

<<http://www.idescat.cat/pub/?id=aec&n=791&t=2009>> [Consulta el 6 de maig de 2010]

En l'univers general d'associacions, organitzacions i tot tipus d'entitats, segons Clive S. Thomas (2009)<sup>4</sup> els grups d'interès són:

Qualsevol associació de persones o organitzacions, en general formalment organitzada, que, sobre la base d'un o diversos interessos comuns, intenta influir en la política pública a favor seu. Tots els grups d'interès comparteixen un desig d'influir en la política del govern en benefici d'ells mateixos o de les seves causes. El seu objectiu podria ser una política que només beneficiés els membres del grup o un segment de la societat (per exemple, les subvencions del govern als agricultors) o una política que avança cap a un públic objectiu més ampli (per exemple, la millora de la qualitat de l'aire). Tracten d'aconseguir el seu objectiu a través de la pressió sobre els responsables polítics per obtenir resultats de les polítiques a favor seu.

Els grups d'interès es diferencien dels partits polítics en les seves finalitats. Els partits polítics dirigeixen la seva activitat, fonamentalment, cap a la lluita pel poder polític i a l'obtenció del màxim nombre de càrrecs polítics. Els grups d'interès, en canvi, no pretenen designar candidats ni accedir al poder, a excepció dels que decideixen organitzar-se com a partit polític o bé tracten d'accedir directament al poder.

Les característiques dels grups d'interès són, principalment, que acostumen a tenir una organització permanent, els seus integrants es reuneixen per a la defensa d'un interès compartit, no volen ocupar càrrecs en governs i actuen per a exercir influència en els processos de presa de decisions polítiques.

Les classificacions dels grups d'interès s'han realitzat des de perspectives diverses: a) la divisió entre els grups d'interès econòmic, que persegueixen el seu propi benefici, i els grups de promoció, que persegueixen l'interès general

---

<sup>4</sup> Accessible a: <<http://www.britannica.com/EBchecked/topic/290136/interest-group>> [Consulta el 24 de maig de 2010]

(Finer, 1966); b) la dicotomia entre els 'grups d'interès públic' i els d'interès econòmic especialitzat', en què no s'estableix separació entre idea i interès (Beyme, 1986); c) la divisió a partir de les seves característiques organitzatives; d) la distinció segons les seves formes d'actuació, etc.

Segons Clive S. Thomas (2009), els grups es poden classificar també pels seus interessos i això permet crear cinc grans categories: a) els grups d'interès econòmic; b) els grups de causes; c) els grups d'interès públic que promouen qüestions d'interès públic; d) els grups d'interès institucional públic i privats; e) els grups no associatius.

Els grups d'interès econòmic inclouen els grups empresarials, els grups de treball (com els sindicats), els grups d'agricultors i els grups de professionals.

Els grups de causes són els que se centren en la defensa i en la promoció d'una causa particular, com les organitzacions religioses, però també, les organitzacions d'antics combatents, els grups que donen suport als drets de les persones amb discapacitat, etc.

Els grups d'interès públic promouen qüestions d'interès general, com els drets humans, el medi ambient o els drets dels consumidors.

Els grups d'interès institucional públics o privats són les organitzacions privades, empreses o entitats públiques, que també lluiten per influir en les polítiques governamentals. Entrarien en aquesta categoria les universitats, els mitjans de comunicació i els grups de reflexió, coneguts també com a *think tanks*.



Finalment, els grups no-associatius són els grups informals de ciutadans que poden tenir una activitat més o menys permanent al llarg del temps o bé, que es mobilitzen, de manera espontània, per fer front a situacions concretes.

En un ventall tan ampli d'opcions de grups d'interès, qualsevol intent de classificació crea dificultats per a caracteritzar tots els tipus d'entitats. Una altra complicació afegida és que, en alguns casos, tot i que l'entitat no desenvolupi una activitat manifesta d'influència cap als organismes públics, pot trobar-se, circumstancialment, en situacions en les quals desenvolupi una activitat política de pressió.

A tot això cal afegir, a més, des del punt de vista de Clive S. Thomas, que assistim a l'aparició i desenvolupament de molts grups d'interès públic que actuen a escala internacional, com seria el cas de les ONG d'emergència, o de cooperació per al desenvolupament, o a favor dels drets humans. I també, entre els grups institucionals públics i privats, destaca el fet que alguns departaments o organismes governamentals poden decidir realitzar pressió pel seu propi compte, a escala regional, estatal o internacional.

Amb major o menor eficàcia, hi ha una gran varietat d'estratègies que desenvolupen els grups d'interès per tractar d'exercir la seva influència. Entre totes elles, l'establiment de contactes personals amb els membres de l'administració o amb els càrrecs polítics, és possiblement la que pot proporcionar més rendiments. Es tracta de teixir relacions des de la confiança mútua per ambdues parts. Altres estratègies poden ser des de la persuasió i la comunicació pública, la publicitat, els informes, etc., fins a les mobilitzacions de protesta (manifestacions o vagues). Més enllà, en algunes ocasions, ens trobem les pràctiques negatives com, per exemple, el secretisme, les amenaces, els suborns o, fins i tot, la violència.

En cas que les relacions i negociacions siguin públiques, els grups d'interès, per assolir el seu objectiu d'influir l'administració o els càrrecs polítics, intenten tenir accés als mitjans de comunicació. L'apel·lació dels grups d'interès a l'opinió pública és indefugible per diversos motius. La presència als mitjans és important. Els objectius poden ser fer publicitat de les demandes pròpies, pressionar en els processos de negociació i legitimar el paper i la funció del grup. En qualsevol dels casos, és impossible prescindir dels mitjans de comunicació, particularment si tenim en compte, tal com comentem a l'inici del capítol, el paper central dels mitjans de comunicació en la definició de l'esfera pública política. Miguel Jerez (2008: 315) explica, en aquests termes, la necessitat dels grups de dirigir-se a l'opinió pública:

L'actuació sobre l'opinió pública acompanya la majoria dels esforços que tendeixen a exercir influència, amb independència de la institució que resulta destinatària final de l'activitat de pressió, i pot tenir lloc a través d'òrgans de premsa de la pròpia organització i/o mitjançant diaris i mitjans independents; acudeixen primordialment a recursos com la informació, la publicitat i la propaganda. Aquesta modalitat d'actuació resulta especialment important en qüestions que divideixen una societat, sobretot les relatives a la moral o a la justícia (v.g., grups proamnistia, a favor o en contra de la pena capital, de l'eutanàsia, etc.), però s'empra també habitualment en la defensa d'interessos empresarials, professionals, etc.

Un dels aspectes que permeten explicar la varietat d'estratègies i la seva efectivitat és la naturalesa del grup i els seus recursos (Thomas, 2009). En la literatura científica sobre els grups d'interès s'estableix la distinció entre els *insider groups*, que serien els grups més grans, aquells que tenen més recursos econòmics i un major accés a la informació privilegiada, per exemple, els grups econòmics (d'empresaris, de treballadors i de professionals); i, d'altra banda, els *outsider groups*, que són els que intenten obtenir el reconeixement de la seva funció, però encara no ho han aconseguit. L'elecció de ser un *insider* o un

*outsider group* no està sempre a l'abast del grup, ja que depèn també de l'actitud dels organismes governamentals envers ells i dels recursos econòmics i de mobilització que tinguin (Molins, 1998).

Entre els *outsider groups* trobem tant els grups radicals sense recursos econòmics ni capacitat negociadora amb l'administració, com els grups que no disposen d'estructura organitzativa i que les seves estratègies passen forçosament per la mobilització dels seus simpatitzants.

Aquest és el cas dels moviments socials, que Pedro Ibarra i Francisco Letamendía (2004: 400) defineixen amb els termes següents:

Xarxa d'interaccions informals entre individus, grups, i/o organitzacions que en sostinguda i habitual conflictiva interacció amb autoritats polítiques, elits i oponents –i compartint una identitat col·lectiva en origen diferenciada, però amb tendència a confondre's amb identitats convencionals del 'món exterior'– demanden públicament canvis (només en potència antisistèmics) en l'exercici o redistribució del poder en favor d'interessos els titulars dels quals són indeterminats i indeterminables col·lectius o categories socials.

Els moviments socials, atès que no disposen de recursos econòmics ni organitzatius, ni tenen la voluntat de negociar amb l'administració o els responsables polítics, necessiten mobilitzar l'opinió pública. Necessiten atreure l'atenció dels mitjans de comunicació per donar a conèixer els seus ideals i objectius. No obstant això, tots els esforços dels grups d'interès i dels moviments socials per ser presents en la informació són poc reeixits.

Quin és l'accés d'aquests grups als mitjans de comunicació? Evidentment, les estratègies comunicatives dels *insider groups* són molt semblants a les dels organismes públics i dels partits (contacte personal, relacions amb els càrrecs polítics, membres del parlament i altres organitzacions, etc.), però en el cas dels

*outsider groups*, el panorama no és tan encoratjador. En opinió de Trevor A. Thrall (2006) la literatura científica actual contempla tres possibles hipòtesis per a explicar la relació entre els *outsider groups* i els mitjans de comunicació: a) Per a què els grups de ciutadans puguin tenir accés als mitjans de comunicació necessiten desenvolupar actes en els quals sovint existeixen protestes, manifestacions, etc.; b) Per a què els grups d'interès estiguin presents en els mitjans de comunicació és important la interacció entre els periodistes i les seves fonts d'informació, en conseqüència es tracta d'establir contacte directe amb els periodistes i demostrar la fiabilitat del grup com a font d'informació; c) Per a què els grups pobres més petits accedeixin als mitjans han de disposar de recursos, fet que no sempre succeeix.

Per a tots els actors polítics (partits, grups d'interès o moviments socials, etc.) la presència en els mitjans de comunicació és crucial. La visibilitat dels partits, grups o moviments és una base per assegurar la seva legitimitat en l'espai públic polític i per poder exercir més força en els processos de negociació i en la presa de decisions.

Ara bé, la visibilitat dels grups d'interès o moviments socials en els mitjans de comunicació implica alguna cosa més que la simple presència en les notícies. Per crear un tema que formi part de l'agenda pública, no és suficient que els mitjans de comunicació atreguin l'atenció de l'opinió pública, és necessari "promoure" i inserir el tema entre els problemes "urgents" o prioritaris de l'opinió pública, argumentar-ho i destacar les possibles solucions a curt, a mig i a llarg termini.

Possiblement, la diferència en l'accés als mitjans de comunicació per part dels grups d'interès i dels moviments socials, o entre els *insider groups* i els *outsider groups*, rau sobretot en la capacitat o incapacitat d'influir en el procés de creació de notícies i en la definició del tema d'informació.

### **1.d. Televisió pública, TV3 i *Telenotícies***

Vivim una època d'abundància de mitjans de comunicació, de grans canvis tecnològics i econòmics i de reconfiguració dels sistemes de mitjans. La coexistència entre el model públic i privat de televisió introdueix tensions en tots els aspectes: el finançament, la publicitat, els criteris de programació, l'accés dels ciutadans, la tendència a l'entreteniment en la informació, la banalització dels continguts dirigits a les audiències més àmplies, etc.

Pràcticament en tots els països europeus la televisió pública necessita una adequació constant a l'entorn mediàtic per a poder redefinir i desenvolupar les seves funcions bàsiques en una societat democràtica. Entre aquestes funcions, com hem vist a l'inici d'aquest capítol, algunes de les més importants estan vinculades a la informació: vigilància del poder polític, difusió dels fets i fòrum d'idees per al debat entre tots els grups de la societat.

La televisió pública a Catalunya està directament compromesa amb la informació. La Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals té una oferta àmplia de programació sobre l'actualitat: els programes informatius de TV3, del canal 33 i del canal temàtic 3/24, d'informació contínua durant les 24 hores del dia. A més, trobem les emissores de ràdio Catalunya Ràdio i Catalunya Informació (aquesta última també amb 24 hores de notícies ininterrompudes). I a tot això se li suma la participació de la Corporació, al 30%, a l'Agència Catalana de Notícies. En aquest aspecte la Corporació comparteix les mateixes estratègies de diversificació dels productes informatius que altres cadenes de televisió pública, com per exemple Televisió Espanyola.

Fins a l'actualitat, segons els índexs d'audiència, tot indica que l'acceptació del canal TV3 és òptima. L'*Estudi d'opinió pública sobre els mitjans audiovisuals de Catalunya 2010*, realitzat pel Consell de l'Audiovisual de Catalunya, indica que TV3 és a la capçalera dels rànquings. Aquest estudi es realitza sobre les actituds i les pautes de conducta dels ciutadans envers els mitjans audiovisuals<sup>5</sup>. TV3 és el canal de televisió preferit pel 31,7% dels entrevistats, i, a molta distància, trobem Telecinco (14,4%), La 1 (13,2%) i Antena 3 TV (10,7%).

Segons aquest *Estudi d'opinió pública* del Consell de l'Audiovisual de Catalunya, un percentatge elevat de la mostra, el 46,4% pensa que 'la informació és l'aspecte més important en una televisió pública'. Encara que, molt per sobre d'aquest valor, un 75,4% dels enquestats consideren que és 'molt' o 'bastant important' que es prenguin mesures per augmentar la independència dels mitjans de comunicació públics respecte dels governs i altres poders.

Potser aquests tres aspectes, l'alta valoració de la televisió pública, la importància de la informació, i que la informació sigui independent dels poders polítics siguin els que reflexen d'una manera més senzilla les expectatives dels ciutadans sobre la televisió de servei públic. És a dir, un reconeixement dels objectius dels mitjans públics i la seva contribució a l'esfera pública, i, alhora, una major exigència d'independència i d'objectivitat.

---

5 L'enquesta d'aquest estudi ha estat realitzada per l'Instituto DYM amb una mostra de 2.000 persones en l'àmbit de Catalunya, entre el 12 de abril i el 9 de maig de 2010. L'univers d'anàlisi ha estat la població de 18 anys en endavant resident a Catalunya. El procediment de mostreig, estratificat per dimensió de municipi.

El marc d'actuació de la televisió pública a Catalunya ve definit per un conjunt d'institucions que regulen i supervisen el seu funcionament: la Generalitat de Catalunya, el Parlament de Catalunya, la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals i el Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

La llei 10/83, del 30 de maig, va crear l'ens públic Corporació Catalana de Ràdio i Televisió i va definir els serveis de radiodifusió i televisió de la Generalitat de Catalunya (*Diari Oficial de la Generalitat de Catalunya*, 14 de juny de 1983). Segons aquesta llei, a la Corporació Catalana de Ràdio i Televisió li corresponia exercir la gestió dels serveis públics de ràdio i televisió de la Generalitat de Catalunya. Es va aprovar la constitució d'un Consell Assessor format per representants de les empreses filials i representants de la societat civil. Entre els principis generals de la programació s'apel·lava al respecte cap al pluralisme polític, cultural, lingüístic, religiós i social. Respecte el pluralisme democràtic es reconeixia que per a garantir l'accés als grups socials i polítics més significatius calia considerar certs criteris com la representació parlamentària, la implantació política, sindical, social, cultural i territorial entre altres. Finalment, es va aprovar la constitució d'una Comissió del Parlament de Catalunya per exercir el control sobre la Corporació i les empreses filials.

El Consell Audiovisual de Catalunya es va crear l'any 2000 (Llei del Consell de l'Audiovisual de Catalunya, *Diari Oficial de la Generalitat de Catalunya*, 5 de maig de 2000). Entre les seves funcions destaca la de “vetllar pel compliment del que estableix la normativa reguladora del sector de l'audiovisual i per la indemnitat dels principis que la informen i, en particular, assegurar l'observança dels principis del pluralisme polític, social, religiós, cultural i de pensament” (Article 10.d). La seva actuació, d'acord amb la llei, ha de basar-se en el respecte a la llibertat d'expressió, de difusió, de comunicació i d'informació, compatibilitzant aquests principis amb els de neutralitat,

honestedat informativa i lliure concurrència. Els consellers són elegits pel Parlament a proposta, com a mínim, de tres grups parlamentaris. Els principis que dirigeixen la seva activitat són el respecte a la llibertat d'expressió, de difusió, de comunicació i d'informació.

Després de vint-i-dos anys de la creació de l'ens públic Corporació Catalana de Ràdio i Televisió, la llei 22/2005, de 29 de desembre, de la comunicació audiovisual de Catalunya va actualitzar l'anterior de 1983 (*Diari Oficial de la Generalitat de Catalunya*, 3 de gener de 2006). Durant aquestes dues dècades el sistema televisiu havia sofert profundes transformacions a causa de la introducció de les televisions privades, els canvis tecnològics, els canvis legislatius respecte a la liberalització de les xarxes de telecomunicacions i l'aparició de les televisions locals.

En aquesta última llei de la comunicació audiovisual, de 2005, es considera que la informació veraç i la possibilitat d'escollir lliurement els serveis audiovisuals són drets dels ciutadans (Article 4.1). I afegeix que el pluralisme en la comunicació audiovisual és una condició essencial per al compliment de la llibertat d'expressió, d'informació i de comunicació i que la informació difosa ha d'ésser veraç. Per informació veraç entén “la que es fonamenta en fets que es poden sotmetre a una comprovació diligent, professional i fidedigna” (Article 7). D'altra banda, especifica que entre les funcions del Consell de l'Audiovisual de Catalunya hi ha la de “vetllar pel compliment de les missions de servei públic i especialment de les que estableix el contracte programa i informar-ne el Parlament” (Article 115.c).

En el marc de la llei de la comunicació audiovisual, la llei 11/2007 de la Corporació Catalana de Mitjans de Comunicació va actualitzar també les



funcions de l'ens (*Diari Oficial de la Generalitat de Catalunya*, 18 d'octubre de 2007). La llei determina que el servei públic de comunicació audiovisual de la Generalitat consisteix en posar a disposició dels ciutadans de Catalunya el conjunt de continguts recollits en el contracte programa que la Corporació ha d'elaborar amb el Govern de la Generalitat, d'acord amb el mandat marc aprovat pel Parlament. El mandat marc, aprovat cada sis anys, ha d'establir els objectius principals que seran desenvolupats en el contracte programa, que té un període de vigència de quatre anys, revisable cada dos (disposició addicional tercera, sobre el *Mandat marc*).

El contracte programa defineix les funcions de la Corporació i determina el finançament que rebrà per part de la Generalitat. A data d'avui, el segon contracte programa vigent subscrit per la Generalitat de Catalunya i la Corporació Catalana de Ràdio i Televisió és del període 2006-2009, i, encara que la proposta d'un nou contracte programa per al nou període és imminent, a juliol de 2010, data de tancament del nostre estudi, encara no ha sortit a la llum.

En la Clàusula 2 del contracte programa 2006-2009 s'especifica clarament què s'entén per servei públic i quines són les obligacions que contreu la Corporació (Generalitat de Catalunya, Corporació Catalana de Ràdio i Televisió, 2006: 5):

1. Garantir l'accés general a una informació veraç, plural i independent. Per a aquest fi, la programació de la CCRTV ha d'aconseguir:
  - a. Assegurar el pluralisme polític, religiós i cultural.
  - b. Ser model de credibilitat i independència.
  - c. Fomentar el debat plural sobre qüestions d'interès públic.
  - d. Fomentar la cohesió social.

- e. Assegurar la cobertura nacional de les programacions, i també la seva diversitat comarcal i local.
  - f. Facilitar l'accés de tota la ciutadania a les noves tecnologies de la informació i la comunicació, especialment a Internet, i a la tecnologia digital terrestre.
2. Reforçar la identitat nacional i el compromís cívic. Aquest criteri es concreta en els objectius següents:
- a. Reforçar la identitat nacional com a procés integrador.
  - b. Avançar cap a la formació d'uns referents de país en els quals se senti identificada i s'involucri tota la ciutadania de Catalunya.
  - c. Contribuir a la normalització lingüística i cultural.
  - d. Impulsar la promoció de l'espai català de comunicació.
  - e. Fomentar el coneixement dels valors democràtics.
  - f. Promoure el respecte de la dignitat humana i, especialment, els drets dels menors, la igualtat de sexes, la no discriminació per motius de raça, ideologia, religió i qualsevol altra circumstància personal, territorial o social.
  - g. Fomentar la solidaritat, la participació i l'esperit crític.
  - h. Contribuir a la promoció de la indústria audiovisual catalana.
  - i. Oferir emissions internacionals de projecció de la llengua i la cultura catalanes.
3. Ser referent de qualitat en el sector audiovisual. Això comporta:
- a. Divulgar i socialitzar els coneixements intel·lectuals, artístics, científics, econòmics i tècnics, entre d'altres.
  - b. Impulsar la innovació i experimentació creativa i oferir un bon producte obert a noves idees i nous formats.
  - c. Assegurar una oferta d'entreteniment que, amb criteris de qualitat, doni serveis als diferents grups presents a la societat catalana.

d. Assegurar la protecció dels drets del consumidor.

En el període del contracte programa 2006-2009, el Parlament de Catalunya, el mes de febrer de 2010, va aprovar el primer mandat marc del sistema públic audiovisual (*Butlletí Oficial del Parlament de Catalunya*, Resolució 612/VIII, 22 de febrer de 2010: 82). En ell s'especifica que:

La promoció de l'espai públic entès en un sentit ampli és una missió fonamental dels mitjans audiovisuals públics, i també ho són la garantia d'accés universal a la informació i el coneixement i la realització efectiva del dret ciutadà a la llibertat d'informació. Per tant, els mitjans públics han d'oferir una informació àmplia, veraç, contrastada, imparcial, rigorosa, territorialment equilibrada i precisa sobre les qüestions d'actualitat que afecten la comunitat a la qual s'adrecen, i actuar amb respecte als drets dels usuaris. Aquesta informació i aquesta anàlisi han d'ésser plurals i garantir l'accés dels grups socials, polítics, culturals i associacions representatius.

La llei de 2007, de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals, va crear també un Consell Assessor de Continguts i de Programació amb la finalitat d'assistir al Consell de Govern de la Corporació. Les seves funcions són les de realitzar propostes per informar preceptivament el Consell de Govern sobre les línies bàsiques de la programació i estudiar les demandes dels usuaris i proposar les mesures que calgui per contribuir a la millora de la qualitat de la programació, entre d'altres. El Consell Assessor, visiblement ampliat respecte a l'anterior (creat per la llei de 1983) està format per 21 membres, elegits pel ple del Parlament per una majoria de dos terços, entre persones de prestigi reconegut i representatives de la societat catalana. S'especifica que hi ha d'haver representants, com a mínim, dels sectors professionals, dels sectors educatius,

de les associacions cíviques, culturals i d'usuaris, i dels treballadors de la Corporació.

Dues altres institucions contribueixen al funcionament autoregulat i equilibrat del conjunt d'empreses filials: els comitès professionals de cada una de les empreses i el Defensor/a de l'Audiència. El desembre de 2006, el Consell d'Administració de la Corporació Catalana de Ràdio i Televisió va aprovar l'Estatut professional per a la regulació de les relacions amb les empreses de radiodifusió de la Corporació. Es regulen els principis deontològics, la clàusula de consciència, el secret professional, els drets d'autor, el dret de rectificació els deures dels professionals, recollits en el document "Principis per a l'actuació dels mitjans de comunicació de la CCRTV" (2006 en la seva última actualització).

L'Estatut professional permet crear els comitès professionals a cadascuna de les empreses de radiodifusió i de televisió de la Corporació Catalana, com a òrgans de representació dels professionals de la informació. Les funcions dels comitès professionals són les de vetllar pel compliment de l'Estatut professional, assessorar i donar suport als professionals, representar els professionals davant la direcció de l'empresa, canalitzar cap a la direcció les propostes dels professionals i actuar com a instància de comunicació entre la direcció i els professionals. La llei de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals de 2007 va referendar que les empreses filials de la corporació poguessin dotar-se d'un estatut professional i de comitès professionals.

L'octubre de 2008, la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals va crear la figura del Defensor/a de l'Audiència. La seva tasca és la d'escoltar les queixes, suggeriments i consultes dels oients i espectadors sobre els continguts;

promoure el coneixement dels drets dels usuaris dels mitjans; i vetllar pel compliment de les normes bàsiques de programació i publicitat. Es fa càrrec d'atendre als usuaris d'Internet, de ràdio i dels canals de televisió de la Corporació. Les queixes han de ser bàsicament sobre les pràctiques informatives o bé en el cas que s'hagi lesionat algun dels drets dels usuaris dels mitjans de comunicació.

*Segons l'Estudi d'opinió pública sobre els mitjans audiovisuals de Catalunya 2010*, del Consell de l'Audiovisual, l'apreciació sobre la informació que ofereixen els mitjans de comunicació a Catalunya és favorable en general. El 61,2% de la població enquestada pensa que la qualitat de les informacions als mitjans audiovisuals de Catalunya és 'adequada', pel 24,9% és 'baixa' i un 12,2% opina que és 'alta'. En aquest mateix estudi, TV3 està considerat com el canal que 'informa millor' (34,9% de les persones entrevistades) i 'el millor canal en el seu conjunt' (34,9%). Tanmateix, quan es pregunta sobre la percepció de quin és el canal de televisió políticament més imparcial, més d'un terç de les persones entrevistades (37,7%) consideren que no n'hi ha cap.

En general, els resultats de l' estudi del Consell de l'Audiovisual sobre l'actitud de l'audiència cap a TV3 revaliden les quotes d'audiència durant els últims nou mesos. TV3 és la primera del rànquing d'audiència des del novembre de 2009 (amb una quota del 14,6%<sup>6</sup>) fins al juny de 2010 (amb una quota del 13,7%)<sup>7</sup>.

---

6 Accessible a: <<http://www.tv3.cat/actualitat/140540/TV3-la-televisio-publica-de-Catalunya-lider-al-novembre>>. [Consulta el 2 de desembre de 2009].

7 Segons dades de Sofres (fins a desembre de 2009) i de Kantar-media (a partir de gener de 2010) publicats a la web de TV3 . Accessible a: <<http://www.tv3.cat/actualitat/197920>>. [Consulta el 14 de juliol de 2010].

Entre la programació de TV3, els informatius diaris són, a Catalunya, un dels referents de l'actualitat. *TN Migdia* i *TN Vespre* han tingut, durant l'any 2009, una quota mitjana de 26,2% i 20,8% respectivament. Els *TN Migdia* i *Vespre Cap de Setmana* han aconseguit, per aquest ordre, un 21,5% i 20,8%<sup>8</sup> d'audiència.

---

<sup>8</sup> Dades proporcionades per TV3.

## 2. METODOLOGIA D'INVESTIGACIÓ

L'estudi de la cobertura dels grups d'interès i dels moviments socials en les notícies de tv3 s'ha realitzat, d'una banda, a través de l'anàlisi de contingut dels *TN Migdia i Vespre* i dels *TN Migdia i Vespre Cap de Setmana*. De l'altra, a través de les entrevistes en profunditat a professionals del Serveis Informatius de Televisió de Catalunya i a membres dels grups d'interès que formen part de la mostra d'estudi<sup>9</sup>.

L'anàlisi de contingut és una tècnica que pretén “la descripció objectiva, sistemàtica i quantitativa del contingut manifest de la comunicació” (Berelson, 1952: 74). A partir de l'explicació original de Bernard Berelson, Klaus Krippendorff (1990:28) la va definir com a “formular, a partir de certes dades, inferències reproduïbles i vàlides que puguin aplicar-se al seu context”. El nostre objectiu és descriure, de manera objectiva i quantitativa, el contingut de la informació relativa als grups d'interès i als moviments socials per extreure conclusions sobre la presència d'aquests grups en els *Telenotícies*.

Les entrevistes en profunditat són les que es desenvolupen cara a cara, es produeixen com una conversa entre iguals, i la trobada va dirigida cap a la comprensió dels enquestats en el que representa a les seves vivències, situacions o experiències (Taylor, Bogdan, 1986; Valles, 2007). En el nostre cas, l'objectiu és conèixer i comprendre les pràctiques comunicatives dels professionals de la

---

9 Tots els *TN Migdia i Vespre* i *TN Migdia i Vespre Cap de Setmana* són consultables a través de la web ‘3alacarta’ de Televisió de Catalunya <<http://www.tv3.cat/seccio/3alacarta>>. Per a l'elaboració de la recerca, el Consell de l'Audiovisual de Catalunya ha facilitat les gravacions dels telenotícies seleccionats per a la mostra d'estudi.

informació i dels professionals responsables de comunicació dels grups d'interès protagonistes de la informació.

A través d'aquestes entrevistes s'ha animat l'entrevistat a crear el seu propi relat i a introduir els seus criteris de rellevància sobre les qüestions tractades. Per tal de preservar que la persona pugués parlar i opinar més obertament, sense sentir-se condicionada per la tasca professional que realitza, s'ha optat per l'anonimat, encara que es fa referència al nom de la institució a la qual pertany, tal com veurem més endavant.

### **2.a. Anàlisi de contingut de la informació sobre grups d'interès i moviments socials a *TN Migdia*, *TN Vespre* i *TN Migdia i Vespre Cap de Setmana***

Les definicions dels grups d'interès són molt diverses, tal com mostra l'àmplia bibliografia dedicada a aquest tema. En el marc del nostre estudi, hem considerat grup d'interès qualsevol organització o associació que intenta influir en les institucions polítiques o en l'opinió pública per aconseguir una actitud favorable cap a les seves finalitats (vegeu capítol 1). En la selecció dels casos d'estudi hem tingut en compte, com a requisit, que l'organització o associació manifesti aquest objectiu en els seus principis fundacionals. Per moviment social denominem un conjunt d'individus que persegueixen uns objectius, comparteixen uns valors i no disposen d'estructures organitzatives estables.

Ens hem basat en la classificació proposada per Clive S. Thomas (2009) per caracteritzar el conjunt de grups que poden ser presents en qualsevol sistema polític. Segons aquest autor, es podrien distingir cinc grans categories segons el tipus d'interès: grups econòmics, grups de causes, grups d'interès públics, grups d'interès institucional públics i privats, i grups d'interès no associatius.



A partir d'aquesta classificació, hem considerat, en la nostra anàlisi, les categories següents:

1. Grups econòmics i empresarials (Foment del Treball Nacional, Confederació Espanyola d'Organitzacions Empresarials, Cambra de Comerç de Barcelona, Associació Espanyola de la Banca, Gremi d'Empresaris de Cinema, etc.)
2. Grups econòmics de treball (Comissions Obreres, Unió General de Treballadors, Confederació General del Treball, etc.)
3. Grups econòmics d'agricultors, ramaders i silvicultors (Unió de Pagesos)
4. Grups professionals (Col·legis professionals)
5. Grups en defensa de l'interès públic general (Creu Roja, Metges sense Fronteres, Intermón Oxfam, UNICEF, Càrites, Amnistia Internacional, Fundació Vicente Ferrer, Save The Children, etc.)
6. Grups institucionals públics o privats (Universitat Autònoma de Barcelona, Universitat de Barcelona, Universitat Politècnica de Barcelona, Universitat Pompeu Fabra, mitjans de comunicació de premsa escrita, etc.)
7. Grups de reflexió (*think-tanks*) (Fundació Catalunya i Territori, Fundació Rafael Campalans, Fundació Trias Fargas)

8. Grups de causes (Església catòlica, etc.)
9. Associacions polítiques/Plataformes ciutadanes (Amical de Mauthausen i altres camps i de totes les víctimes del nazisme d'Espanya, Associació Defensa Drets Animals, Associació Plataforma per la Llengua, associacions de mares i pares d'alumnes, associacions de veïns, Cercle d'Economia, Plataformes ciutadanes per la consulta sobre la independència de Catalunya, Societat Econòmica Barcelonesa d'Amics del País, FEDELATINA, etc.)
10. Col·lectius socials/activistes (defensors de l'alterglobalització, d'immigrants, de treballadors, d'estudiants, de veïns, etc.)

La unitat d'anàlisi de contingut ha estat la peça informativa. Per peça informativa entenem el producte que narra un esdeveniment en un context únic i es desenvolupa entorn a actors i accions que comparteixen una mateixa lògica al llarg de la història.

El període analitzat ha comprès sis setmanes. S'ha seleccionat una setmana d'emissió dels *Telenotícies* de cada mes, elegida a l'atzar, durant sis mesos, des de setembre de 2009 fins a febrer de 2010:

**Taula 1. Selecció aleatòria de les sis setmanes de mostra,  
per a l'anàlisi dels *Telenotícies* (2009-2010)**

Any	Mes	Setmana (dl.-dg.)
2009	Setembre	21-27
	Octubre	5-11
	Novembre	23-29
	Desembre	14-20
2010	Gener	11-17
	Febrer	1-7

Font: Elaboració pròpia.

En total s'han obtingut 83 programes informatius, un menys del previst inicialment. El dia 4 de febrer de 2010, corresponent a la setmana seleccionada, es va produir, al migdia, una vaga parcial de quatre hores dels treballadors de Televisió de Catalunya per demostrar el seu desacord amb el procés de negociació del conveni col·lectiu. Des de les 12 hores a les 16 hores de la tarda, les emissions de TV3, el 33 i el 3/24 es van veure afectades. En comptes del *TN Migdia*, que s'emet en aquesta franja horària, es va retransmetre *Notícies 3/24*. S'ha decidit no considerar-lo pertinent per la mostra de treball perquè té un format diferent i podria desvirtuar les dades de la resta dels *Telenotícies*.

En funció de les consideracions prèvies, la mostra s'ha confeccionat a partir de la selecció de les peces informatives en les quals els grups d'interès i els moviments socials es presenten com a actors, és a dir, protagonistes de la narració, durant les setmanes esmentades anteriorment. No obstant això, en el moment de realitzar aquesta selecció s'han descartat tres tipus de peces: a) les

que es referien a grups de servei a la comunitat o d'educació amb fins socials i culturals, que habitualment no exerceixen estratègies específiques per influir en l'opinió pública; b) les peces en les quals, indirectament, es nomenava a algun grup d'interès o moviment social, sense que tingués cap més transcendència ni rellevància per a la informació; c) les peces que es referien a grups que defensaven explícitament la violència per a la consecució dels seus objectius.

Finalment, 227 unitats han configurat la mostra d'anàlisi. A continuació es pot veure la distribució de les peces per *Teleinformatius* i per mesos (taula 1); el temps total de durada dels *Telenotícies* de la mostra d'anàlisi (taula 2), i el temps de durada de les peces sobre grups d'interès i moviments socials en relació amb el temps total (taula 3):

**Taula 2: Distribució de les peces informatives de la mostra d'anàlisi, per *Telenotícies* i mesos**

<b>Emissió/ Peces informatives</b>	<b>2009</b>				<b>2010</b>		<b>Total/TN</b>
	Setembre	Octubre	Novembre	Desembre	Gener	Febrer	
<i>TN Migdia</i>	18	11	26	26	9	9	<b>99</b>
<i>TN Vespre</i>	12	14	14	16	9	14	<b>79</b>
<i>TN Migdia CS<sup>(1)</sup></i>	1	3	5	7	4	4	<b>24</b>
<i>TN Vespre CS<sup>(1)</sup></i>	4	7	5	5	1	3	<b>25</b>
<b>Total/ mesos</b>	<b>35</b>	<b>35</b>	<b>50</b>	<b>54</b>	<b>23</b>	<b>30</b>	<b>227</b>

(1) CS són les sigles de Cap de Setmana.

Font: Elaboració pròpia a partir de l'anàlisi de contingut de la mostra seleccionada.

**Taula 3: Durada dels informatius de la mostra d'anàlisi,  
per *Telenotícies* i mesos (en hores, minuts i segons)**

<b>Emissió/ Peces informatives</b>	2009				2010		<b>Total/TN</b>
	Setembre	Octubre	Novembre	Desembre	Gener	Febrer	
<i>TN Migdia</i>	3:34:26	3:47:04	3:28:42	4:00:28	3:39:05	3:03:41	<b>21:33:26</b>
<i>TN Vespre</i>	2:18:51	2:19:36	2:16:09	2:29:57	2:26:09	2:40:33	<b>14:31:15</b>
<i>TN Migdia CS<sup>(1)</sup></i>	1:08:14	1:17:01	1:15:36	1:18:58	1:21:44	1:23:10	<b>7:44:43</b>
<i>TN Vespre CS<sup>(1)</sup></i>	0:51:51	0:58:01	0:57:38	0:57:49	0:56:02	0:52:28	<b>5:33:49</b>
<b>Total/ mesos</b>	<b>7:53:22</b>	<b>8:21:42</b>	<b>7:58:05</b>	<b>8:47:12</b>	<b>8:23:00</b>	<b>7:59:52</b>	<b>49:23:13</b>

(1) CS són les sigles de Cap de Setmana.

Font: Elaboració pròpia a partir de l'anàlisi de contingut de la mostra seleccionada.

**Taula 4: Durada de les peces en relació als grups d'interès i els  
moviments socials per *Telenotícies* i mesos  
(en hores, minuts i segons)**

<b>Emissió/ Peces informatives</b>	2009				2010		<b>Total/Tn</b>
	Setembre	Octubre	Novembre	Desembre	Gener	Febrer	
<i>TN Migdia</i>	0:23:11	0:18:20	0:39:19	0:55:56	0:15:04	0:18:00	<b>2:49:50</b>
<i>TN Vespre</i>	0:13:15	0:13:00	0:20:34	0:26:22	0:11:34	0:21:43	<b>1:46:28</b>
<i>TN Migdia CS<sup>(1)</sup></i>	0:02:03	0:04:48	0:06:28	0:11:51	0:08:23	0:07:31	<b>0:41:04</b>
<i>TN Vespre CS<sup>(1)</sup></i>	0:04:35	0:09:21	0:06:19	0:05:53	0:00:33	0:04:45	<b>0:31:26</b>
<b>Total/ mesos</b>	<b>0:43:04</b>	<b>0:45:29</b>	<b>1:12:40</b>	<b>1:40:02</b>	<b>0:35:34</b>	<b>0:51:59</b>	<b>5:48:48</b>

(1) CS són les sigles de Cap de Setmana.

Font: Elaboració pròpia a partir de l'anàlisi de contingut de la mostra seleccionada.

L'elaboració de la fitxa d'anàlisi s'ha realitzat a partir de l'estudi dels aspectes formals, actors, tipus d'acció i temes d'informació. En els annexos II i III s'adjunten la fitxa d'anàlisi i el llibre de codis per a la interpretació de les variables i categories.

El tractament de les dades obtingudes a partir de l'aplicació de la fitxa d'anàlisi de contingut als telenotícies s'ha fet mitjançant el programa Excel, amb taules dinàmiques.

## **2.b. Entrevistes en profunditat a professionals dels Serveis Informatius i a responsables d'altres serveis de Televisió de Catalunya i de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals**

S'han entrevistat un total de nou periodistes i professionals de TV3 i de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals, dels quals dues són dones i la resta homes. En aquest grup s'ha comptat amb set periodistes de diferents seccions i dos professionals d'altres serveis de TV3 i de la CCMA, encara que convé destacar que també tenen una àmplia experiència en l'exercici de la professió periodística. Una característica comú a la majoria de periodistes entrevistats és que detenen responsabilitats en el procés de selecció de notícies.

El guió de l'entrevista s'ha aplicat lliurement, en funció de la situació, i ha estat el següent:

1. Les fonts de la informació
  - a. Opinió sobre els grups d'interès i moviments socials com a fonts d'informació.

- b. Valoració de les fonts d'informació en relació a altres actors polítics, com els partits o institucions governamentals.

## 2. Els valors de la informació

- a. Criteris de noticiabilitat en el cas dels grups d'interès (agenda del dia): fonts, temes, importància objectiva, estructura de l'informatiu...
- b. Pluralisme en els continguts de les informacions (*TN Migdia* i *TN Vespre*) de TV3.

## 3. Els formats

- a. Formes de producció de la informació.
- b. Temps de la notícia i temps de la producció informativa.

## 4. La valoració de l'audiència

- a. Imatge del periodista sobre l'audiència.
- b. Valoració de la imatge que té la audiència del periodista.

## 5. La valoració de la pràctiques periodístiques

- a. Aspectes més importants i més febles.
- b. Aspectes millorables en el futur.

A partir d'ara, aquests nou entrevistats apareixeran amb el nom d'Entrevistat 1, Entrevistat 2, Entrevistat 3,... i així successivament fins a l'Entrevistat 9.

## **2.c. Entrevistes en profunditat a professionals de la comunicació institucional dels grups d'interès de la mostra d'estudi**

La selecció dels grups d'interès als quals ens hem dirigit per entrevistar els professionals de la comunicació institucional es va intentar realitzar amb criteris de representativitat, tanmateix no ha estat possible en tots els casos. Cal destacar que algunes de les associacions amb les que vam intentar acordar una trobada no es mostraren predisposades a fer-ho, per diferents motius.

Igualment hem tingut dificultats per entrevistar activistes de moviments socials, en particular de les mobilitzacions estudiantils del curs passat o del moviment alterglobalització –ambdós presents en la mostra d'estudi de l'anàlisi de contingut dels *Telenotícies*–, al no disposar, aquests moviments, d'interlocutors definits o d'estructures organitzatives estables.

S'han entrevistat un total de deu professionals de la comunicació institucional, vuit d'ells homes i dues dones, dels següents grups:

Grups econòmics empresarials: Foment del Treball Nacional.

Grups de treballadors: Comissions Obreres, Unió General de Treballadors, Confederació General del Treball.

Grups econòmics de pagesos, ramaders i silvicultors: Unió de Pagesos.

Organitzacions No Governamentals: Metges sense Fronteres, Intermón Oxfam, Amnistia Internacional, Federació Catalana d'ONG per al Desenvolupament.



Associacions ciutadanes: Federaci3n de Entidades Latinoamericanas de Catalunya, FEDELATINA.

El gui3 de l'entrevista s'ha aplicat lliurement, en funci3 de la situaci3, de la mateixa manera que en les entrevistes a professionals de la informaci3 i membres de Televisi3 de Catalunya. En aquest cas, el gui3 de les entrevistes a membres de grups d'inter3s ha estat el següent:

1. Les fonts de la informaci3
  - a. Opini3 sobre els grups d'inter3s i moviments socials com a fonts d'informaci3.
  - b. Valoraci3 d'aquestes fonts en relaci3 a altres actors polítics, com els partits o institucions governamentals.
2. Els valors de la informaci3
  - a. Criteris de noticiabilitat des de la perspectiva dels grups d'inter3s (agenda del dia): fonts, temes, importància objectiva, estructura de l'informatiu...
  - b. Criteris per a la producci3 de fets noticiables des de la perspectiva de l'entrevistat
3. La valoraci3 dels *Telenotícies* de Televisi3 de Catalunya
  - a. Valoraci3 de la pres3ncia de la organitzaci3/associaci3 de l'entrevistat en els informatius de TV3.
  - b. Valoraci3 dels *Telenotícies* i la producci3 informativa en el context de la televisi3 púbrica.

#### 4. La valoració de la pràctiques periodístiques

- a. Aspectes més importants i més febles.
- b. Aspectes millorables en el futur.

A partir d'ara, aquests nou entrevistats apareixeran amb el nom de: Entrevistat 10, Entrevistat 11, Entrevistat 12..., i així successivament fins a Entrevistat 19.

### **3. ELS GRUPS D'INTERÈS I ELS MOVIMENTS SOCIALS ALS *TELENOTÍCIES* DE TV3: RESULTATS DE L'ANÀLISI DE CONTINGUT**

TV3 és un canal amb un ventall ampli de programes informatius. Els telenotícies<sup>10</sup> de TV3, *TN Migdia*, *TN Vespre* i *TN Migdia i Vespre Cap de Setmana* són els informatius diaris de TV3, juntament amb *TN Comarques*, que s'emet de dilluns a divendres, abans del programa *Medi Ambient i Telenotícies Migdia*. Els primers, els *TN Migdia*, *TN Vespre* i *TN Migdia i Vespre Cap de Setmana*, són un dels referents de la societat catalana per informar-se sobre l'actualitat de món, segons va corroborar el seu lideratge d'audiència durant els últims mesos de 2009 fins a l'actualitat.

El *TN Comarques*, que no forma part de la mostra d'anàlisi d'aquest estudi, ofereix la informació de proximitat, descentralitzada geogràficament, que afecta de manera més directe al ciutadà en els àmbits social, econòmic, polític, cultural i esportiu. El programa, de 20 minuts de durada, té edicions diferenciades a les comarques de Barcelona, Girona, Lleida, Tarragona i Vall d'Aran. A la resta de la graella de programació, trobem altres propostes que complementen l'oferta de programes informatius: *30 Minuts*<sup>11</sup>, un programa de reportatges que es proposa explicar temes de la realitat més propera i de la més llunyana; *Sense*

---

10 Accessible a: <<http://www.tv3.cat/ptv3/tv3SeccioExtesa.jsp?idint=136938435>> [Consulta el 15 de juliol de 2010].

11 Accessible a: <<http://www.tv3.cat/30minuts/programa.htm>> [Consulta el 15 de juliol de 2010].

*Ficció*<sup>12</sup>, que té com a objectiu emetre documentals d'arreu del món i de producció pròpia, així com entrevistes vinculades a la temàtica del documental; *Entre línies*<sup>13</sup>, un *news magazine* en el qual els reportatges se centren en aspectes socials i es realitzen a partir de l'òptica personal dels protagonistes; *Àgora*<sup>14</sup>, un espai informatiu amb entrevistes, un debat cara a cara i un debat entre diversos invitats; *Banda Ampla*<sup>15</sup>, un programa de debat entre ciutadans, en directe, amb públic participant al plató, i *Els Matins*<sup>16</sup>, un *magazine* informatiu diari, de dilluns a divendres, de 5 hores de durada. Al canal 33, podem trobar *Valor afegit*<sup>17</sup>, de reportatges, entrevistes i informes de contingut econòmic i *60 Minuts*, un programa de reportatges sobre temes actuals i de reflexió social<sup>18</sup>. Els presentadors dels *Telenotícies* apel·len amb freqüència a aquests programes per a l'aprofundiment d'alguns temes de les notícies del dia.

És una oferta informativa plural tant pel que respecta a formats com a continguts. En aquest context, els *Telenotícies* tenen un valor principal: la definició de l'actualitat, d'allò que és rellevant. Des de Catalunya al món, els *Telenotícies* construeixen un espai, una perspectiva des de la qual interpretar la realitat social, des de la més propera a la més llunyana. La xarxa de corresponsals i enviats especials indiquen, a més, el nostre abast potencial des del qual observar, de primera mà, els fets més recents.

---

12 Accessible a: <<http://blogs.tv3.cat/senseficcio.php>> [Consulta el 15 de juliol de 2010].

13 Accessible a: <[http://www.tv3.cat/entrelinies/el\\_programa.htm](http://www.tv3.cat/entrelinies/el_programa.htm)> [Consulta el 15 de juliol de 2010].

14 Accessible a: <<http://www.tv3.cat/agora/programa>> [Consulta el 15 de juliol de 2010].

15 Banda Ampla va començar a emetre's el 7 d'octubre de 2009, dins del període de temps de la mostra d'anàlisi. Accessible a: <[http://www.tv3.cat/bandaampla/el\\_programa](http://www.tv3.cat/bandaampla/el_programa)> [Consulta el 15 de juliol de 2010].

16 Accessible a: <<http://www.tv3.cat/elsmatins/programa/elprograma>> [Consulta el 15 de juliol de 2010].

17 Accessible a: <<http://www.tv3.cat/valorafegit/programa>> [Consulta el 15 de juliol de 2010].

18 Accessible a: <<http://blogs.tv3.cat/60minuts>> [Consulta el 15 de juliol de 2010].

L'anàlisi de contingut dels 83 telenotícies de TV3, dels *TN Migdia*, *TN Vespre* i *TN Migdia* i *TN Vespre Cap de Setmana*, s'ha fet sobre una mostra que inclou una setmana de cada mes, des de setembre de 2009 fins a febrer de 2010, tal com ja hem indicat al segon capítol del nostre estudi, dedicat a la metodologia.

A continuació desglossem els resultats de l'anàlisi a partir de cinc paràmetres: els aspectes formals; els actors de la informació; la relació entre actors i tipus d'acció; els temes de la informació, i la discussió dels resultats.

### **3.a. Els aspectes formals**

Cada edició dels *Telenotícies* proposa a l'espectador una narració global sobre l'actualitat, una versió per a la interpretació de la realitat. La construcció d'aquesta narració se sustenta sobre una sèrie de convencions visuals i d'organització dels continguts informatius que donen rellevància i estructuraren els fets esdeveniments (Oliva i Sitjà, 2007). La careta i la sintonia, el decorat, el grafisme, les ràfegues, etc., són tots ells elements que ens ubiquen temporalment i espacialment. La inserció de la peça informativa, la seva presència o no en el sumari d'entrada, la durada, el número d'ordre en el conjunt de notícies i el format són aspectes que indiquen la importància atribuïda a l'esdeveniment en el conjunt d'històries del dia.

*TN Migdia* acostuma a dedicar entre 39 i 57 minuts a les notícies dels blocs de nacional, internacional, societat, economia i cultura, per citar els valors més baixos i més alts de la mostra. En aquesta apreciació s'ha exclòs el temps dedicat a la secció d'esports i a les pauses publicitàries, com s'ha indicat al capítol

anterior, sobre la metodologia del treball. *TN Vespre* disposa d'un espai menor, d'entre 20 i 36 minuts i en les edicions de *Cap de Setmana* la durada acostuma a ser lleugerament inferior a aquests valors, tant al migdia com al vespre. El nombre de peces a cada una de les edicions varia, però acostuma a ser de mitjana de 20, que també tendeix a ser inferior en el cas del *TN Vespre Cap Setmana*.

La informació sobre els grups d'interès i els moviments socials en el conjunt de la mostra (en percentatges) és la següent:

**Taula 5: Durada de les peces informatives de la mostra en relació a la durada dels *Telenotícies* (en %)**

<b>Emissió/ Peces informatives</b>	2009				2010	
	Setembre	Octubre	Novembre	Desembre	Gener	Febrer
<i>TN Migdia</i>	10.81	8.07	18.84	23.26	6.88	9.80
<i>TN Vespre</i>	9.54	9.31	15.11	17.58	7.91	15.53
<i>TN Migdia CS<sup>(1)</sup></i>	3.00	6.23	8.55	15.01	10.26	9.04
<i>TN Vespre CS<sup>(1)</sup></i>	8.84	16.12	10.96	10.18	0.98	9.05

(1) CS són les sigles de Cap de Setmana.

Font: Elaboració pròpia a partir de l'anàlisi de contingut de la mostra seleccionada.

La presència dels grups d'interès i moviments socials en les peces informatives no té regularitat. S'observa un augment significatiu en els mesos de novembre i desembre en els *TN Migdia* i *TN Vespre*, així com en el *TN Vespre* del mes de febrer. Un dels motius d'aquest augment és que durant la setmana d'estudi de novembre es van cobrir intensament els temes sobre política econòmica,

l'editorial conjunt de dotze diaris catalans sota el títol “La dignitat de Catalunya”, les consultes sobiranistes i la vaga de fam de l'activista Aminatu Haidar.

En el cas dels *TN Migdia* i *TN Vespre de Cap de Setmana* tampoc hi ha una regularitat en els continguts sobre grups d'interès i moviments socials.

El sumari d'entrada destaca les notícies més rellevants del dia i és un indicador de la importància que atribueix la direcció i la redacció al tema d'informació. En general, el sumari inclou d'una a cinc peces i no és gaire freqüent que les peces informatives de la mostra d'estudi hi apareguin reflectides, tal com s'observa a la taula següent:

**Taula 6: Presència de les peces informatives al sumari d'entrada segons els *Telenotícies* (en %)**

<b>Núm. ordre al sumari/ <i>Telenotícies</i></b>	Núm. 1	Núm. 2	Núm. 3	Núm. 4-5	Núm. 6-7	No apareix
<i>TN Migdia</i>	7.07	6.06	2.02	8.08	3.03	73.74
<i>TN Vespre</i>	12.66	3.80	6.33	3.80	--	73.42
<i>TN Migdia CS</i> <sup>(1)</sup>	8.33	8.33	8.33	--	--	75.00
<i>TN Vespre CS</i> <sup>(1)</sup>	--	12.00	--	8.00	--	80.00

(1) CS són les sigles de Cap de Setmana.

Font: Elaboració pròpia a partir de l'anàlisi de contingut de la mostra seleccionada.

En el *TN Migdia* i *TN Vespre*, així com en els *TN Migdia i Vespre Cap de setmana*, sí que hi ha un paral·lelisme en el nombre de peces destacades en el sumari d'entrada, entre un 20 i un 26% del total de la mostra, en cada un dels *Telenotícies*. Les informacions importants del dia que es ressalten en els sumaris no varien significativament entre l'edició del migdia i la del vespre. A excepció que es presenti una altra perspectiva del mateix fet, es produeixi un canvi significatiu en el seu desenvolupament, o bé irrompi un altre esdeveniment que exigeixi una atenció immediata. Respecte al número d'ordre de les informacions emfasitzades en el sumari, s'observa que les peces de la mostra solen estar en les primeres posicions.

El número d'ordre de la peca en el telenotícies respon a diversos criteris a causa que no hi ha seccions clarament delimitades. En funció de les informacions del dia, l'atenció es pot centrar en esdeveniments internacionals, nacionals, estatals, econòmics, de societat, culturals, etc., i a partir d'aquí s'ordena el conjunt de notícies. L'actualitat es materialitza cada dia en àmbits temàtics i geogràfics diferents, de manera que l'ordre de les informacions té a veure, en primer lloc, amb la selecció i ordenació de les notícies “dures” que necessiten sortir a la llum el més aviat possible. En segon lloc, amb els criteris de rellevància que la redacció aplica als fets.

Segons s'aprecia a continuació, a la taula 7, al *TN Migdia i Vespre*, i al *TN Migdia Cap de Setmana*, les peces sobre grups d'interès i moviments socials acostumen a situar-se, en més del 50% dels casos de la mostra, en les posicions de l'1 al 9. Això vol dir que normalment es tracta d'informacions situades a les àrees de política (nacional, estatal o internacional). Un altre aspecte a destacar és la tendència del *TN Vespre* a focalitzar, més que el *TN Migdia*, en els assumptes relacionats amb grups d'interès i moviments socials.



També es pot observar que en les edicions de cap de setmana, el *TN Migdia* acostuma a inserir aquestes notícies en llocs més visibles.

**Taula 7: Número d'ordre d'aparició de les peces informatives segons els *Telenotícies* (en %)**

Núm. ordre a l'informatiu/ <i>Telenotícies</i>	1-3	4-6	7-9	10-12	13-15	16-18	18-22
<i>TN Migdia</i>	17.17	23.23	14.14	17.17	19.19	7.07	2.02
<i>TN Vespre</i>	22.78	24.05	17.72	18.99	10.13	5.06	1.27
<i>TN Migdia CS</i> <sup>(1)</sup>	12.50	29.17	25.00	4.17	8.33	16.67	4.17
<i>TN Vespre CS</i> <sup>(1)</sup>	8.00	12.00	8.00	44.00	4.00	24.00	--

(1) CS són les sigles de Cap de Setmana.

Font: Elaboració pròpia a partir de l'anàlisi de contingut de la mostra seleccionada.

El format de les peces fa referència a l'estructura organitzativa que ordena els recursos tecnològics, econòmics i informatius per narrar la notícia. El format depèn de la importància que s'atribueix als fets, a les fonts d'informació, a l'assignació de mitjans, a la presència explícita del periodista, entre d'altres.

Tal com s'aprecia a la taula 8, el format de la peça de la mostra d'estudi correspon, majoritàriament, en tots els *Telenotícies*, a les categories (1) i (2). Si sumem les dues categories s'obté, tant en *TN Migdia* com en *TN Vespre* i en els corresponents als *TN Cap de Setmana*, un percentatge superior al 60%. Són notícies narrades en plató pel presentador, amb veu en *off* i emissió de vídeos i, en la meitat d'aquests casos, amb declaracions dels actors de la informació. Una

part de les informacions narrades directament pel presentador sol comptar amb imatges d'agències internacionals, estatals o nacionals, a partir de les quals s'elabora la notícia.

Els formats en els quals el periodista presenta la informació en càmera (*stand up*) en el lloc dels esdeveniments són menys usats. Normalment es produeixen quan els professionals tenen la comesa de cobrir el seguiment de temes específics, com la informació parlamentària, o la cobertura de rodes de premsa, etc., o bé quan la informació és dels corresponents o enviats especials.

**Taula 8: Format de les peces informatives  
segons els *Telenotícies* (en %)**

<b>Format de la peça/ <i>Telenotícies</i></b>	<b>F. 1 (1)</b>	<b>F. 2 (2)</b>	<b>F. 3 (3)</b>	<b>F. 4 (4)</b>	<b>F.5 (5)</b>	<b>F.6 (6)</b>
TN Migdia	30.30	35.35	9.09	15.15	1.01	9.09
TN Vespre	32.91	43.04	7.59	10.13	1.27	5.06
TN Migdia CS <sup>(1)</sup>	33.33	29.17	--	20.83	4.17	12.50
TN Vespre CS <sup>(1)</sup>	40.0	36.00	4.00	16.00	--	4.00

(1) CS són les sigles de Cap de Setmana.

(F.1) Presentador/a o periodista, veu en plató o en *off*, vídeos i so ambient.

(F.2) Presentador/a o periodista, veu en plató o en *off*, vídeos i declaracions dels actors de la informació.

(F.3) Presentador/a, plató, dona pas, presentació del/la periodista (*stand up*), vídeos.

(F.4) Presentador/a, plató, dona pas, presentació del/la periodista (*stand up*), vídeos, declaracions actors de la informació.

(F.5) Presentador/a, plató, dona pas, presentació del/la periodista (*stand up*), vídeos, declaracions, entrevistes.

(F.6) Presentador/a, plató, dona pas, presentació del/la periodista (*stand up*), vídeos, connexió en directe, declaracions actors de la informació, entrevistes.

Font: Elaboració pròpia a partir de l'anàlisi de contingut de la mostra seleccionada.

### **3.b. Els actors de la informació**

Les peces informatives que contenen grups d'interès i moviments socials són diverses. En el transcurs de la narració poden aparèixer diversos actors, de vegades en contextos diferents o fins i tot contradictoris. Hem considerat oportú distingir, dins de la peça, dos tipus d'actors, els principals i els secundaris. D'una banda, els actors principals són els subjectes protagonistes de la informació, els que porten la iniciativa dels esdeveniments. De l'altra, els actors secundaris són els que acompanyen els actors principals però en qualsevol cas la seva funció està sempre condicionada per la dels primers.

En les variables d'actors principals i actors secundaris convé ressenyar diferents aspectes de les peces periodístiques que considerem d'interès per a la interpretació dels resultats: a) la relació entre la imatge i el discurs oral; b) la diferenciació entre el que es denomina col·loquialment "donar pas", que és la introducció del presentador/a a la peça informativa, en el cas es produeixi, i c) la simple referència a actors que no desenvolupen cap tipus d'acció en la narració però són presents només per contextualitzar algun aspecte desenvolupat amb major profunditat.

Respecte al primer cas, en la diferenciació entre imatge i discurs oral es pot donar la situació que les imatges introdueixin nous actors que no formen part de la informació, potser perquè són imatges d'arxiu o imatges anteriors o posteriors al fet noticiable que no tenen relació directa amb la peça, o bé perquè són imatges que contextualitzen la notícia, etc., en aquest cas, l'anàlisi de la informació s'ha realitzat només a partir del discurs oral. El segon aspecte ressenyat anteriorment, el de la introducció de la informació per part del presentador/a del *Telenotícies*, a través del "dóna pas", ens condueix a una altra

reflexió: en algunes ocasions, en concret nou en el conjunt dels 83 programes que formen part de la mostra, en la introducció de la notícia es presenten actors que no apareixen en la peça informativa. Hem optat per excloure aquests casos de la mostra, ja que l'anàlisi de la informació s'ha centrat en el contingut de la peça. Finalment, el tercer aspecte, la simple referència a actors, al·ludeix a les situacions en què el temps de la notícia és tan curt que no s'explica cap detall sobre la contribució de l'actor a l'esdeveniment. També hem descartat aquest tipus de peces.

Després d'aquestes consideracions prèvies, la taula 9 mostra els percentatges d'actors principals apareguts als *TN Migdia*, *TN Vespre* i *TN Migdia i Vespre Cap de Setmana* (en l'Annex IV es poden trobar desglossats els valors de les categories establertes per la fitxa d'anàlisi per a les variables d'actors principals i secundaris). Durant els dies laborables, els *TN Migdia* i *TN Vespre* es caracteritzen, en primer lloc, per una major presència d'actors polítics (governos, administració, ajuntaments i organismes internacionals), això vol dir que el seu paper protagonista ho és per col·laborar o dirigir-se a algun grup d'interès (22.22% i 20.25% respectivament del total de les peces del *Telenotícies*). En segon lloc, apareixen els col·lectius socials/activistes (22.22% i 21.52% respectivament). I finalment, en tercer lloc, els grups de defensa de l'interès públic general (ONG) (11.11% i 10.13% a *TN Migdia* i *Vespre*, per aquest ordre). En aquest sentit es pot dir, amb alguns matisos, que el resultat d'ambdós *Telenotícies*, *TN Migdia* i *Vespre*, és paral·lel respecte als actors principals.

En canvi, en els *TN Migdia* i *Vespre Cap de Setmana*, els actors principals relacionats amb els governos i l'administració ocupen un segon lloc (12.50% i 8% respectivament). S'emfatitzen les associacions polítiques i plataformes ciutadanes (20.83% i 32%), els col·lectius socials/activistes (16.67% i 32%) i els grups en defensa de l'interès públic general (ONG) (16.67% i 8%). Possiblement

una de les raons sigui la falta d'activitat política oficial i, en conseqüència, es doni una major rellevància de les activitats relacionades amb les associacions ciutadanes i l'activisme.

**Taula 9: Actors principals de les peces informatives, agrupats per tipus de grups d'interès/moviments socials, segons els *Telenotícies* (en %)**

<b><i>Telenotícies /</i></b> <b>Actors principals</b>	TN Migdia	TN Vespre	TN Migdia CS <sup>(1)</sup>	TN Vespre CS <sup>(1)</sup>
Govern/Administració	22.22	20.25	12.50	8.00
Grups econòmics i empresarials	7.07	7.59	12.50	--
Grups de treball	9.09	13.92	8.33	4.00
Grups econòmics d'agricultors, ramaders i silvicultors	2.02	2.53	12.50	4.00
Grups professionals	2.02	3.80	--	--
Grups en defensa de l'interès públic general	11.11	10.13	16.67	8.00
Grups institucionals públics o privats	5.05	5.07	--	--
Grups de reflexió ( <i>think-tanks</i> )	1.01	--	--	--
Grups de causes	3.03	5.07	--	12.00
Associacions polítiques/plataformes ciutad.	9.09	8.86	20.83	32.00
Col·lectius socials/activistes	22.22	21.52	16.67	32.00
Altres	6.06	1.27	--	--

(1) CS són les sigles de Cap de Setmana.

Font: Elaboració pròpia a partir de l'anàlisi de contingut de la mostra seleccionada.

Els actors secundaris, segons comentàvem al principi d'aquest apartat, són aquells als quals es dirigeixen els actors principals, o bé els que es relacionen amb els actors principals a tall de col·laboració, conflicte, etc.

**Taula 10 : Actors secundaris de les peces informatives, agrupats per tipus de grups d'interès/moviments socials, segons els *Telenotícies* (en %)**

<b>Telenotícies / Actors secundaris</b>	<b>TN Migdia</b>	<b>TN Vespre</b>	<b>TN Migdia CS<sup>(1)</sup></b>	<b>TN Vespre CS<sup>(1)</sup></b>
Governos/Administració	55.55	43.04	70.83	8.00
Grups econòmics i empresarials	10.10	11.39	12.50	--
Grups de treball	3.03	6.33	--	4.00
Grups econòmics d'agricultors, ramaders i silvicultors	--	--	--	4.00
Grups professionals	--	--	--	--
Grups en defensa de l'interès públic general	3.03	1.27	--	8.00
Grups institucionals públics o privats	4.04	5.06	--	--
Grups de reflexió ( <i>think-tanks</i> )	2.02	1.27	--	--
Grups de causes	2.02	1.27	--	12.00
Associacions polítiques/plataformes ciutad.	3.03	3.80	--	28.00
Col·lectius socials/activistes	5.05	--	--	32.00
Altres	3.03	7.59	--	4.00
No pertinent	9.09	18.99	16.67	--

(1) CS són les sigles de Cap de Setmana.

Font: Elaboració pròpia a partir de l'anàlisi de contingut de la mostra seleccionada.

A partir de la taula 10, es pot observar que els *TN Migdia*, *TN Vespre* i *TN Migdia Cap de Setmana* tenen una majoria clara d'actors secundaris relacionats amb els governs i l'administració (55.55%, 43.04% i 70.83% respectivament). El *TN Vespre*, en canvi, segueix les mateixes pautes que amb els actors principals i s'observa una forta tendència a les informacions amb actors secundaris relacionats amb les associacions polítiques/plataformes ciutadanes i amb els col·lectius socials/activistes (28% i 32% .

En la comunicació mediàtica, els actors polítics (governamentals, parlamentaris, de partit, etc.) han evolucionat, en les últimes dècades, cap al que s'ha denominat "personalització". Això vol dir, fonamentalment, que els problemes socials, les tendències polítiques, els posicionaments ideològics, solen tractar-se des de l'òptica del dirigent. Hi han contribuït, en bona part, les campanyes electorals contemporànies. La capacitat de lideratge i, en concret, la formació de líders, s'ha convertit en un dels valors principals del capital simbòlic dels partits polítics. La televisió no és aliena a aquesta situació, la focalització en el líder, aparentment representatiu de les idees del conjunt de la organització, entronca amb una vella màxima del periodisme, la de l'interès humà. El telespectador se sent més pròxim al líder i sempre és més senzill interactuar amb persones que interpretar conceptes i programes.

Les variables sobre la personalització dels actors principals i secundaris indiquen, en cadascun dels telenotícies, que un terç de les informacions es fan a partir dels dirigents, directius o líders. Aproximadament en un altre terç no es produeix cap tipus de personalització, això vol dir que el fet es presenta en el seu conjunt, sense intermediació de personatges protagonistes. Cal destacar també els resultats de *TN Vespre* de *Cap de Setmana*, que en un 28% dels casos presenta directament els membres de les institucions, organitzacions o associacions (vegeu la taula 11).

Podria dir-se, referent a això, que la lògica informativa dels actors polítics (governos, administració, partits, etc.) no s'ha estès a l'àmbit dels grups d'interès. Tal vegada es podria fer una excepció amb el tractament televisiu dels “agents socials” (les organitzacions empresarials i els sindicats majoritaris bàsicament). Molt sovint formen part del marc de la informació política institucional, on els líders de les organitzacions empresarials i dels sindicats desenvolupen una funció similar a la dels actors polítics.

**Taula 11: Personalització de la informació (actors principals) segons els *Telenotícies* (en %)**

<b><i>Telenotícies</i> / Personalització actors principals</b>	TN Migdia	TN Vespre	TN Migdia CS <sup>(1)</sup>	TN Vespre CS <sup>(1)</sup>
Alt càrrec/dirigent de la institució/organització/ associació	35.35	29.11	41.67	20.00
Càrrec mitjà de la institució /organització/ associació	6.06	5.06	4.17	8.00
Membre de la institució/organització/ associació	14.14	17.72	4.17	28.00
Anònim/Ciutadans	1.01	2.53	--	--
Col·lectiu	11.11	13.92	--	12.00
No es produeix	31.33	30.38	50.00	32.00
Altres	--	--	--	--
No pertinent	1.01	1.27	--	--

(1) CS són les sigles de Cap de Setmana.

Font: Elaboració pròpia a partir de l'anàlisi de contingut de la mostra seleccionada.



La personalització de la informació dels actors secundaris és molt inferior (vegeu la taula 12), ja que els casos en els quals no es produeix és a l'entorn del 60% en tots els *Telenotícies*, pràcticament el doble respecte a la variable dels actors principals.

**Taula 12: Personalització de la informació (actors secundaris)  
segons els *Telenotícies* (en %)**

<b>Telenotícies / Personalització actors secundaris</b>	<b>TN Migdia</b>	<b>TN Vespre</b>	<b>TN Migdia CS<sup>(1)</sup></b>	<b>TN Vespre CS<sup>(1)</sup></b>
Alt càrrec/dirigent de la institució/organització/ associació	16.16	15.19	4.17	12.00
Càrrec mitjà de la institució /organització/ associació	4.04	5.06	4.17	4.00
Membre de la institució/organització/ associació	2.02	2.53	4.17	--
Anònim/ciutadans	--	--	4.17	--
Col·lectiu	3.03	1.27	--	--
No es produeix	63.64	56.96	66.67	60.00
Altres	2.02	1.27	--	--
No pertinent	9.09	17.72	16.67	24.00

(1) CS són les sigles de Cap de Setmana.

Font: Elaboració pròpia a partir de l'anàlisi de contingut de la mostra seleccionada.

### 3.c. La relació entre actors i tipus d'acció

La relació entre els actors de la informació, principals i secundaris, indica sens dubte, que més de la meitat de les peces, en tots els Telenotícies, fan referència a conflictes. *TN Migdia* i *TN Vespre*, a més, tenen un 21.21% i un 16.46% de notícies en les quals els protagonistes desenvolupen algun tipus de col·laboració (vegeu la taula 13).

**Taula 13: Relació entre actors principals i secundaris segons els Telenotícies (en %)**

<b><i>Telenotícies /</i></b> <b>Relació actors principals/secundaris</b>	TN Migdia	TN Vespre	TN Migdia CS <sup>(1)</sup>	TN Vespre CS <sup>(1)</sup>
Col·laboració	21.21	16.46	12.50	4.00
Conflicte	59.60	56.96	66.67	68.00
Cap	3.03	1.27	--	--
Altres	4.04	10.13	4.17	8.00
No pertinent	12.12	17.72	16.67	20.00

(1) CS són les sigles de Cap de Setmana.

Font: Elaboració pròpia a partir de l'anàlisi de contingut de la mostra seleccionada.

En el marc de la relació entre els actors principals i secundaris, la variable 'tipus d'acció' delimita l'acció concreta que duu a terme l'actor principal (vegeu la taula 14). Els resultats posen de manifest l'elevada proporció, en tots els *Telenotícies*, de peces en què l'acció dels actors principals és declarar a l'entorn dels fets o de la situació general.

A continuació, les peces més nombroses són les manifestacions, una de les formes en les quals els col·lectius de ciutadans poden erigir-se com a actor per a reivindicar les seves propostes i objectius. S'observa encara més clarament la presència d'aquest tipus d'accions si considerem que els valors de les categories 'manifestació espontània', 'concentració', '*performance*' o 'vaga' formen part del repertori d'estratègies d'actuació dels grups amb menys recursos. En aquest cas, la suma de totes aquestes variables seria: *TN Migdia* (30.30%), *TN Vespre* (26.58%), *TN Migdia Cap de Setmana* (33.33%) i *TN Vespre Cap de Setmana* (48%).

**Taula 14: Tipus d'acció de l'actor principal segons els *Telenotícies***  
(en %)

<b><i>Telenotícies</i> / Tipus d'acció actor principal</b>	TN Migdia	TN Vespre	TN Migdia CS <sup>(1)</sup>	TN Vespre CS <sup>(1)</sup>
Declaració	29.29	32.91	45.83	32.00
Negociació	6.06	7.59	8.33	4.00
Presentació estudi/informe	8.08	5.06	--	--
Vaga	2.02	2.53	--	--
Manifestació espontània	2.02	1.27	8.33	--
Manifestació organitzada	15.15	13.92	4.17	28.00
<i>Performance</i>	3.03	1.27	8.33	12.00
Concentració	8.08	7.59	12.50	8.00
Presentació acord entre grups/ organitzacions/institucions	4.04	5.06	--	--
Altres	22.22	22.79	12.50	16.00

(1) CS són les sigles de Cap de Setmana.

Font: Elaboració pròpia a partir de l'anàlisi de contingut de la mostra seleccionada.

Les fonts d'informació són diverses i combinen diverses procedències: d'agència, dels organismes oficials, de declaracions directes, dels corresponsals, dels enviats especials, dels professionals de la cadena, d'arxiu, etc. És difícil que els telespectadors puguin percebre l'origen de les fonts llevat el cas que siguin explícites.

La localització de les peces de la mostra acostuma a ser Barcelona i Catalunya (un 35% i un 13.66% respectivament), Madrid (17.62%) i, a continuació, altres comunitats autonòmiques (8.37%). En l'àmbit internacional trobem el 24.67% de la informació, amb atenció preferent a Europa.

### **3.d. Els temes de la informació**

Entre els temes d'informació, durant les sis setmanes d'estudi, ha destacat el tema de la crisi econòmica al *TN Migdia* (20.20%), *TN Vespre* (18.99%) i *TN Cap de Setmana* (25%) (vegeu taula 15). Al llarg del període d'estudi, la informació es va centrar, al setembre, en la proposta del govern espanyol per als pressuposts de 2010, i, en conseqüència, les declaracions dels agents socials, la CEOE, la patronal bancària i els sindicats, així com la resposta dels membres del govern espanyol i altres actors polítics. El novembre, l'atenció va recaure en les reaccions dels sindicats davant de la crisi, amb la convocatòria de manifestacions a Barcelona i a Madrid. Finalment, el desembre, va celebrar-se la Cimera autonòmica sobre economia a Madrid.

**Taula 15: Temes de les peces informatives  
segons els Telenotícies (en %)**

<b>Telenotícies / Actors principals</b>	<b>TN Migdia</b>	<b>TN Vespre</b>	<b>TN Migdia CS<sup>(1)</sup></b>	<b>TN Vespre CS<sup>(1)</sup></b>
Trobades /acords internacionals	12.12	5.06	8.33	--
Catàstrofes	2.02	5.06	8.33	4.00
Crisi econòmica/Polítiques econòmiques	20.20	18.99	25.00	8.00
Política en general	12.12	8.86	16.67	20.00
Editorial sobre l'Estatut de Catalunya	2.02	2.53	4.17	4.00
Consultes per la independència de Catalunya	5.05	3.80	4.170	4.00
Polítiques socials	4.04	15.19	12.50	16.00
Ensenyament	5.05	2.53	--	4.00
Immigració	3.03	3.80	4.17	
Polítiques culturals, indústries culturals	5.05	6.33	4.17	8.00
Abolició de la tauromàquia	2.02	1.27	--	
Polítiques de medi ambient	1.01	--	8.33	8.00
Sanitat	1.01	1.27	--	
Recerca i Tecnologia	4.04	2.53	--	
Conflictes laborals	13.13	11.39	4.17	4.00
Declaracions i conflictes en el si de les esglésies	3.03	5.07	--	8.00
Altres	6.06	6.33	--	12.00

(1) CS són les sigles de Cap de Setmana.

Font: Elaboració pròpia a partir de l'anàlisi de contingut de la mostra seleccionada.

Al *TN Vespre* i *TN Migdia*, com a part complementària a la crisi econòmica, s'han succeït, al llarg de totes les setmanes de la mostra, els conflictes laborals (presentació d'Expedients de Regulació d'Ocupació -ERO-, negociacions dels sindicats i empreses, manifestacions, concentracions, etc.) que han estat el segon tema d'informació (13.13% i 11.39% respectivament). No obstant això, és convenient matisar que aquestes informacions, a diferència del tractament que es dóna als actors governamentals i agents socials, acostumen a ser molt curtes i bastant estandarditzades, tant en la narració com en les imatges.

La categoria 'política en general' inclou aspectes molt diversos relacionats amb la política internacional, a excepció de les grans trobades com l'Assemblea General de l'ONU, cimera a nivell governamental, etc. Formen part de la categoria 'política en general' la situació a Hondures després del cop d'estat de Roberto Micheletti, de juny de 2009, i el seguiment de la vaga de fam de l'activista Aminatu Haidar, iniciada el 16 de novembre i que va finalitzar el dia 17 de desembre de 2009. Tots els *Telenotícies* aconseguixen valors alts: *TN Migdia* (12.12%), *TN Vespre* (8.86%), *TN Migdia Cap de Setmana* (16.67%) i *TN Vespre Cap de Setmana* (20.00%).

Entre la resta de temes destaquen: l'editorial conjunt de dotze diaris catalans sota el títol "La dignitat de Catalunya" del 26 de novembre de 2009, les consultes sobre la independència i la llei del cinema, de gener de 2010, en l'àmbit de la política nacional.

### **3.e. Discussió dels resultats**

L'objectiu de l'anàlisi de contingut ha estat posar de manifest el tractament dels grups d'interès i els moviments socials en els *Telenotícies* de TV3. En la confecció de la mostra no hem intentat explicar el tractament específic de TV3 sobre tots i cada un dels temes que han aparegut en les peces informatives. Per exemple, els temes de la crisi econòmica, la vaga de fam de l'activista saharauí Aminatu Haidar, les consultes sobiranistes, el terratrèmol a Haití i els conflictes a l'església catòlica pels casos d'abusos sexuals, per citar alguns dels més rellevants, s'han desenvolupat en el transcurs de diverses setmanes de la mostra, això vol dir que la nostra anàlisi no pot fer un seguiment particular de cadascun dels actors i dels temes.

Hi ha un altre aspecte important a considerar i és que el criteri d'inclusió de les peces informatives a la mostra ha estat en funció de la presència dels actors definits com a grups d'interès i moviments socials. Això vol dir que, en bastants casos, els actors protagonistes de la informació són els actors governamentals (bé sigui a escala nacional, estatal o internacional) i els grups d'interès i moviments socials formen part de situacions que estan definides per endavant.

A través de la interrelació de les variables 'actors principals', 'actors secundaris', 'relació entre actors principals i secundaris', 'tipus d'acció de l'actor principal' i 'temes de la informació' s'obtenen les característiques de l'enquadrament predominant dels grups d'interès i moviments socials. Així, per exemple, els 'grups econòmics i empresarials' estan representats com a actors secundaris quan formen part dels processos de negociacions entre govern i agents socials, però també tenen una presència important com a actors principals. Les veus són plurals: la Cambra de Comerç de Barcelona, el Gremi d'Empresaris de Cinema,

la Confederació Espanyola de Caixes d'Estalvi, l'Associació Patronal de PIMES del Cava, entre d'altres.

Els grups de treball, els sindicats majoritaris Comissions Obreres i Unió General de Treballadors també hi són presents, com en el cas anterior, en els processos de diàleg social entre govern i agents socials. En canvi al marge d'aquests processos de diàleg social i les seves conseqüències, la posada en escena dels punts de vista dels sindicats està delimitada freqüentment a un format de notícia estàndar sobre els conflictes laborals, amb imatges rutinàries de manifestacions o concentracions sense que, de vegades, contribueixi molt a la comprensió dels fets.

En aquest sentit, els grups d'agricultors i ramaders comparteixen les mateixes característiques dels sindicats de treballadors: d'una banda, són tractats freqüentment com a fonts d'informació en els temes del seu àmbit, i, de l'altra, reben el tractament estàndar al qual ens referíem anteriorment (dels conflictes laborals) en el cas de les protestes, manifestacions, marxades de tractors, etc.).

Les peces informatives sobre ONG, encara que no són gaire nombroses, sí que són molt diverses. La seva característica més important és que estan inserides en contexts en els quals se'ls considera un actor a tenir en compte en la definició de la situació. En l'àmbit internacional, en el cas d'Hondures (ONG de defensa de drets humans), o d'Haití (ONG de cooperació en les situacions d'emergència i d'ajuda al desenvolupament), són actors presents en el seguiment dels fets. Però també ho són, en un àmbit molt més proper, per exemple, per minimitzar les conseqüències de la crisi econòmica, de l'atur o de la pobresa, a Barcelona, Catalunya i Espanya.



A partir de la mostra d'anàlisi s'ha observat que l'articulació de les veus de les grans ONG es produeix sobretot a través d'Informes que donen compte de l'àrea de treball que els ocupa. Així, per exemple, l'Informe del Fons de les Nacions Unides per a l'Infància (UNICEF) sobre l'explotació laboral que pateixen milions de nens; l'Informe d'Amnistia Internacional sobre la cura als menors en alguns centres de l'Estat espanyol; la denúncia de Save the Children sobre la consideració dels nens com una simple mercaderia, etc.

Les associacions i plataformes ciutadanes expressen la seva veu quan el tema de la informació s'inclou dins d'algun conflicte institucional. Quant als col·lectius i als moviments socials, persisteix una cobertura bàsicament centrada en les manifestacions. Aquest és el cas del moviment alterglobalització del qual normalment la informació se centra en les manifestacions, en l'ús de la violència i en els encontres paral·lels a les cimeres de caps d'estat.

## **4. LA PERSPECTIVA PERIODÍSTICA SOBRE ELS GRUPS D'INTERÈS I ELS MOVIMENTS SOCIALS**

La televisió basada en els valors del servei públic promou el pluralisme i la diversitat, però aquestes idees bàsiques han d'integrar-se a altres múltiples exigències de la tasca periodística diària: la urgència del temps, la previsió i l'organització de la feina, la selecció de temes, l'accés a les fonts, la seva fiabilitat, l'ordenació de les informacions, els imprevisibles del dia, etc., per citar només algunes d'elles.

El treball periodístic estableix un ordre i imposa una estructura al món real: què és notícia i què no ho és. La definició del que és noticiable, dels fets rellevants per al conjunt de la societat determina l'actualitat, l'agenda diària dels assumptes importants. A tall de clarobscur, dóna visibilitat a unes àrees de la realitat sobre d'altres. En suma, proposa les qüestions en les quals el públic ha de centrar la seva atenció, les que urgeixen resoldre o considerar.

En el dia a dia, la redacció treballa a partir dels principis d'actuació dels mitjans de comunicació públics, els de la pròpia empresa i els valors del periodista. La materialització de tots els principis i valors en pràctiques de treball no està sempre lliure de tensions i les actituds dels professionals tendeixen a resoldre-les des de la seva perspectiva.

Aquest capítol presenta els punts de vista d'un conjunt de periodistes sobre els criteris de noticiabilitat, les rutines periodístiques, els grups d'interès i els moviments socials com a fonts d'informació, la interacció entre periodistes i fonts d'informació i la imatge que el periodista té de l'audiència.

Són el resultat de les entrevistes mantingudes amb set professionals dels Serveis informatius de Televisió de Catalunya i dos d'altres serveis de TV3 i de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals. En aquests dos últims casos, cal dir que també són periodistes amb una experiència àmplia.

#### **4.a. Els criteris de noticiabilitat**

En el context de les transformacions que han sofert els mitjans de comunicació en general i la televisió en particular, els criteris de noticiabilitat han romàs invariables en termes generals. Des de l'òptica del periodista, els criteris són la novetat, l'imprevist, l'impacte, les conseqüències, la quantitat d'afectats, l'accés a les fonts, l'àmbit geogràfic, la disposició d'imatges, etc. Malgrat el reconeixement dels límits de l'objectivitat com a idea organitzadora del treball periodístic, la metàfora del mirall encara continua vigent: el periodista l'únic que fa a través de les notícies és reflectir la realitat<sup>19</sup>.

**Entr. 1:** “El criteri és el màxim interès general, que és el que pot interessar a més gent. El factor imprevisit també, evidentment, aquestes darreres hores, aquestes coses que acaben de passar i que eren esperades des de feia molt temps, o inesperades del tot: un atemptat a un gendarme francès (cosa que no havia passat mai).

El més noticiable és el que encara no ha passat mai, allò que interessa al màxim nombre de persones, i després ja entrem en una franja de grisos... I podia anar aquí, però el podries posar allà. De vegades les acabes agrupant. Això és política: ho posarem tot junt a Política. Això és més economia: ho posarem tot junt a

---

<sup>19</sup> A continuació, les transcripcions d'alguns fragments de las entrevistes realitzades poden contenir registres propis de la locució oral.

Economia. És el criteri: màxim interès general i resolució de notícies molt esperades o aquests imprevistos i que són de màxim interès, també...”

**Ent. 2:** “La voluntat d’un mitjà de comunicació és informar, informar sota criteris periodístics. I aquests criteris periodístics són els mateixos per a tots els mitjans de comunicació (o haurien de ser els mateixos). I són els que us comentava abans: interès informatiu, actualitat, novetat, tendència social, impacte sobre la gent, tot això... I això, d’alguna manera, són els criteris que ens fan pensar a nosaltres en si hem de donar una notícia i com l’hem de donar”.

Els criteris de noticiabilitat en relació amb els grups d’interès i moviments socials són els mateixos, encara que la seva aplicació pot tenir matisos diferents.

**Ent. 7:** “(...) seguint els criteris periodístics informatius clàssics, atreu la novetat. És a dir, atreu una cosa que és novetat, amb els moviments socials, les organitzacions socials. Atreu (o acostuma a haver-hi) un seguiment per rutines professionals, diguem-ne, el que són mobilitzacions.

És a dir, per exemple, quan s’ha d’anar a sindicats.. Trobarem els mitjans audiovisuals, per exemple, que no t’explicaran mai els continguts d’un conveni col·lectiu que potser és novedós amb conciliació -familiar i laboral- o que és original i creatiu amb horaris de feina.

Clar, normalment, la informació estàndard, o bé per conflicte, o bé per mobilització, o bé per una acció general... És a dir, normalment, sobretot pensant en televisió, es pensa molt en la imatge, i normalment són informacions que són actes vistosos, però a vegades s’informa molt poc de continguts interessants i importants i que podrien tenir transcendència i generalització. I això queda molt més oblidat, per no dir totalment oblidat.”

#### **4.b. Les rutines periodístiques**

Els criteris de noticiabilitat intenten objectivar les qualitats dels fets que poden convertir-se en notícia. Ara bé, els processos de treball estan sotmesos a pautes preestablertes, a la necessitat de coordinació, a les exigències del mitjà, etc. Els criteris de noticiabilitat, llavors, s'insereixen en processos de producció que imprimeixen la seva pròpia lògica als esdeveniments.

**Entr. 1:** “El dia a dia entra per fer la feina prèvia que ja s’ha fet: què hi ha aquell dia, quines previsions hi ha, quins actes hi ha organitzats. Tot això ja és feina que es va fent. És una màquina molt engreixada que ja va sempre en marxa. Sempre vas tirant endavant a veure què hi ha.

Això, per tant, és més o menys una feina que ja està prevista: saps també que enviaràs aquí un equip, un equip allà, que ve una persona, que ve tal altra. Això, més o menys, ja ho tens organitzat del dia abans, com a mínim, si no de diversos dies abans.

Llavors, a les 9 del matí, es fa una primera reunió de l’equip d’edició del *TN Migdia* on és una mica com un mercat. Cada secció ven el seu producte: jo avui tinc el Zapatero que fa no sé què, el Montilla que va a no sé on, aquest altre que fa això, aquests que fan un consell nacional i aquells altres no sé què. Els de Societat diuen: ‘nosaltres avui apostem per la vaga d’ensenyament perquè és el nostre tema, i per explicar el que hi ha al voltant d’això’. Cada cap de secció ven una mica ‘el seu peix’ i l’editor és el que va recollint totes les propostes. I un cop s’acaba la reunió, ho plasma en una escaleta, que és el que més o menys ordena. Compra algunes coses, n’especifica el format: ‘això m’ho poses en un vídeo complet’, ‘això m’ho poses en un *off*’ (que són només unes imatges comentades pel presentador. ‘D’això, per què no en fem un reportatge afegit?’ I d’això altre, per què no en fem un directe’?. I aquí és on es planteja tot això i s’engega tot

l'equip. Marxen els redactors i marxen els equips. Tothom se'n va a fer la seva feina”.

Els formats de les notícies integren els recursos tecnològics i informatius i atribueixen rellevància als fets en el marc del telenotícies. La noticiabilitat, de vegades, sorgeix de la disposició o no de recursos tecnològics, o de disposar d'imatges que tenen interès:

**Entr. 1:** “Una cosa que passa durant tot el dia l'has de cobrir amb diferents formats. Has d'enviar un redactor que faci una bona crònica i, per tant, que volti pels llocs, que vegi i capti *inserts* de la gent, què passa i què no passa. Necessites tenir imatges d'última hora amb *off*, perquè no t'arribaran d'una altra manera, perquè són tard... I després un directe, que actualitza una mica i encara està passant, encara estem amb vaga, a les classes ha passat això, a la manifestació... Hi ha diferents formats, però de vegades són dos quarts menys 5 minuts [de 3, a punt de començar el *TN Migdia*] i encara no estan fetes”.

**Ent. 6:** “... normalment, com que hem d'optimitzar els recursos i la gent i els recursos tècnics, normalment no gravem res si no tenim prou certesa que sortirà, al *Telenotícies* o al 3/24. És a dir, quan tu vas a una roda de premsa, ja has passat el sedàs abans, una selecció. Ja has decidit que val la pena anar a aquella roda de premsa. Ja intentes obtenir una informació prèvia abans d'anar-hi, saber de què et parlaran.

De vegades no t'ho diuen, però la majoria de vegades, moltes entitats que fan roda de premsa (t'expliquen, prèviament) ‘presentem un estudi de no sé què, la situació d'un col·lectiu determinat’. Moltes vegades els diem ‘Mira, passeu-nos l'estudi abans’, perquè si no, no ho podem valorar. I normalment ens el passen embargat. I tot plegat llavors ho valorem. Pot ser que anem a cobrir aquella roda de premsa i que després ho acabem descartant o que ho descartem nosaltres perquè no li veiem el tema o perquè ho descarti l'equip d'edició. No rivalitzarem.

Però normalment, si anem amb càmera a una entitat, a un acte, és perquè tenim prou certesa que allò sortirà. Molts cops el que intentem, però no sempre és possible, és enviar gent sense càmera, per fer un contacte més directe amb una persona, amb una entitat..., per assabentar-se de la situació, perquè potser allò en sí no tindrà lloc en un telenotícies, però d'aquella xerrada amb l'entitat, d'aquella problemàtica, podem estirar algun altre tema. Això intentem fer-ho, però moltes vegades si hi ha una sola persona, ja sabent que d'allà no en sortirà res a curt termini, no hi anem.

Al *Telenotícies* treballem molt a curt termini, desgraciadament. Però tot i així, moltes vegades sabem que és la manera de treure temes (...), més propis, molt en contacte amb la gent, amb les entitats, amb el carrer... I que ells ens coneguin, que sàpiguen que ens poden trucar per qualsevol cosa”.

**Ent. 7:** “En el cas dels *Telenotícies* hi ha un àmbit molt important, el *Telenotícies* té una durada establerta (més llarga al migdia que al vespre), però difícilment és un xiclet que es pot estirar i escurçar... A diferència dels mitjans escrits, que tu pots imprimir més pàgines o menys... Ho pots fer a doble columna, a quatre columnes o a cinc columnes i pots jugar més, clar... En el telenotícies, a la televisió, es tradueix amb un vídeo, amb una notícia, que pot durar un minut i mig, com a màxim, al vespre, i pot arribar a dos [minuts] al *TV Migdia*.

(...) considero que hi ha una tendència, en els informatius espanyols, amb els telenoticiaris, més de moda, que no és la més oportuna, que tendim a explicar moltes coses, molt breument. Amb la qual jo crec que es produeix un fenomen de desinformació o de sobreinformació. Perquè a l'espectador, que amb mitja hora li parlis de 30 notícies diferents (...) no té pràcticament temps de situar-se. Clar, aquesta mateixa rutina al migdia és una mica més laxa i impedeix que tu, davant un esdeveniment, una realització de qualsevol tipus, puguis aprofundir mínimament.

Clar, llavors et quedes més amb l'espectacle, la superfície, amb la façana. I difícilment entres a fons. I t'interessa més contextualitzar, situar molt més el telespectador”.

#### **4.c. Els grups d'interès i els moviments socials com a fonts d'informació**

Les fonts d'informació són la base de la notícia. El periodista valora les fonts com un dels criteris principals de noticiabilitat. L'accés a les fonts d'informació és un element important en el treball del periodista.

Entre els grups d'interès i els moviments socials, els criteris de selecció de les fonts no sempre són tan clars com esdevé amb els actors polítics. La Carta de Principis per a l'Actuació dels Mitjans de Comunicació de la CCRTV (2006a: 10) explicita que:

La CCRTV garanteix l'accés a les seves emissores dels grups polítics i socials més representatius. Els mitjans audiovisuals públics de Catalunya han de fomentar l'educació cívica de la ciutadania i, per això, cal una política informativa en favor de la potenciació del teixit associatiu i de la societat civil i la seva presència en els programes i espais informatius, per donar a conèixer els seus objectius socials i les seves activitats.

La presència d'aquests col·lectius de ciutadans als mitjans de comunicació de la CCRTV vindrà determinada per criteris objectius, com ara la representació parlamentària, la implantació política, sindical, social i cultural, i l'àmbit territorial d'actuació.

Els actors polítics, en el cas dels partits de l'arc parlamentari, tenen una representativitat institucional reconeguda. La seva presència, o no presència,



pot respondre a criteris objectivables. En canvi, és més difícil que els criteris puguin ser objectivables en el cas dels grups d'interès i moviments socials. No tenen unes característiques comunes. Tampoc es pot pressuposar la seva representativitat per endavant, a excepció, potser, del cas dels sindicats majoritaris o de les grans ONG, si és que el criteri que s'aplica és el nombre d'afiliats. La consideració d'aquests grups com a fonts d'informació està directament relacionada amb l'interès informatiu, el pluralisme, la representativitat, i la seva fiabilitat, i la valoració que se'n fa d'elles mateixes.

**Entr. 2:** "... al ser una televisió pública, tenim d'alguna manera un deure de pluralitat. Aquesta pluralitat que diguem (la paraula no és imposada, sinó diguem-ne autoimposada per llei i per principis fonamentals) és que han de sortir. La pluralitat s'ha de produir no només en termes estrictament polítics. La nostra voluntat i obligació és de ser plurals i que no només surtin els diferents partits polítics, sinó que surti l'àmplia representació social. Entenent les entitats cíviques, ONG, entitats sindicals i empresarials, no només sindicals... I això també ho tenim molt en compte quan tracem una notícia.

Nosaltres tenim una tendència, diria les televisions públiques en general, a donar estructura organitzada a fenòmens que van apareixent a la societat. Nosaltres som més d'anar a buscar gent que representa moviments socials, que no, l'expressió bruta d'aquest moviment social. M'explicaré: si hi ha un conflicte, per dir alguna cosa, a Salt, pel tema de la immigració, la notícia no és anar a fer una enquesta al carrer per saber què opinen els immigrants o la gent del carrer. Sinó que anem a buscar entitats que representin els diversos punts de vista.

Perquè la representativitat li dona pluralitat. I també representa millor l'expressió col·lectiva de la societat, no estrictament el punt de vista d'una persona".

**Ent. 3:** “D’entrada estem... sotmesos una mica al control, de la Comissió de control del Parlament de Catalunya que, com sabeu, l’integren els diferents grups parlamentaris. I aleshores, no és que estiguem lligats als partits polítics, però sí que hem de reflectir, una mica d’entrada, el que fa l’arc parlamentari, per una banda, del Parlament de Catalunya i del Congrés de Diputats, també, per l’altra. Hi ha qui critica per què per cada cosa hem de fer que opinin tots. Perquè creiem que els que tinguin més o menys representació són representants del poble de Catalunya, en aquest cas, i que cal...”

Això que té avantatges, també, de vegades, com que sis grups ocupen molt d’espai en un telenotícies, els agents aquests que dius tu, grups d’interès i moviments socials, es queden una mica més en un segon terme, o més marginats. Si no són temes molts clars de sindicats, o de relacions laborals, o el que sigui. Amb el tema de les ONG o també temes que els afecten més directament. Però és més complicat decidir qui és representatiu de qui, de quina cosa (...)

Tot i això, jo crec que sempre intentem buscar les veus diferents, en els partits polítics ho fem sempre. Representants, però sindicats també està bastant establert.

El que és més complicat d’això són ONG o entitats, diguem-ne, diverses. També, tot i que considerant que la política està molt desprestigiada, també d’alguna manera passa amb les entitats. Hi ha un sentiment que les ONG també tenen els seus interessos, que no acaben de ser clares, que són un negoci i has de ser molt curós amb els projectes...”

**Ent. 4:** “I després, a nosaltres, a l’hora d’establir un filtre també és difícil saber fins on podem arribar. Nosaltres no som la CNN. Nosaltres tenim unes persones concretes que han de fer tota la informació per fer la primera hora del matí fins a última hora del vespre, més els caps de setmana.

Llavors, tota aquesta demanda d'atenció informativa social has de saber com prioritzar-la, perquè no és el mateix els treballadors d'una empresa que són 100 i que s'han quedat al carrer, que uns que tenen un conflicte amb l'empresa perquè no els hi paguen les hores [extres] o un plus de no sé què. El problema és diferent. No és el mateix (...) una empresa constructora petita de 10 treballadors de la qual ha desaparegut el propietari (...), que una que els passa el mateix, però essent 80.

Tenim missatges determinats: un espai al *Telenotícies* i has de triar. I sovint és difícil perquè si els criteris només hi són si són 10 o si són 100, doncs és un criteri una mica... Criteris rígids, en aquesta professió és impossible establir-los, perquè cada cas és cada cas i llavors intentem passar el sedàs de la manera que puguem”.

**Ent. 5:** “Per a nosaltres el més important és quan és una ONG que té prestigi, per tant el que t'explica no t'ho expliquen els actors implicats (partits polítics o governs o sindicats...). En canvi, ONG com Amnistia Internacional o Intermón Oxfam o Creu Roja et poden donar unes dades que, en principi, nosaltres els hi podem donar fiabilitat.

Per tant, són ONG que creiem que les tenen. Ells t'aporten un flux de legitimitat. Nosaltres a les informacions internacionals que fem és un criteri que apliquem bastant. Sobre el terreny, a qui et creus? Doncs et creus a qui té el prestigi, una trajectòria, que et dona una fiabilitat, per una raó o una altra. Per tant, nosaltres en fem servir bastant d'informacions que provenen d'ONG, en aquest sentit. Els moviments socials a nivell espontani, els més típics (grups que es creuen per un tema concret, en un país o en un altre), doncs la veritat és que ho analitzem molt cas per cas.

I això és un tema recurrent de la secció d'Internacional, passant a Societat (per una qüestió de logística), a l'estranger o en l'àmbit d'Internacional (grip A, canvi climàtic, lluita contra la SIDA a nivell internacional..., totes aquestes coses). També apliquem una mica el criteri de representativitat. Si són ONG que són

molt potents..., que tenen molta afiliació aquí li donem més importància. I després, sobretot el que diuen i la credibilitat que ens mereixen. Doncs aquí parlem d'Amnistia Internacional, Intermón Oxfam, parlem d'Unicef (que tenen una oficina aquí [a Barcelona] i que també fan coses interessants...). No sé, n'hi ha uns quants... (...). Tot aquest sector també ens truca la porta sovint per explicar coses i nosaltres, en la mesura que ens sembla, ho fem [cobrim les seves informacions]”.

**Ent. 6:** “Normalment ens guiem bastant per la representativitat que tenen, (...) el suport que tenen dels associats. És a dir, si són quatre..., no vol dir que els descartem, però potser els analitzem una mica més a fons abans de tenir-los com a font, no?

Per exemple, en el cas d'entitats d'immigrants, si hem de tenir com a interlocutor un col·lectiu determinat, el col·lectiu gitano, per exemple, sí que segurament anirem a buscar aquell que té més suport de la seva gent al darrera. És a dir que, normalment, discriminem i, en cas que hi hagi dos, tres o quatre entitats que donen suport, amb una representativitat semblant, jo crec que normalment els utilitzem en funció del discurs, aleatòriament, i si l'última vegada vam parlar amb uns, després anem a buscar els altres.

Però mai descartem, d'inici, la poca representativitat. El que passa és que sí que és molt important per a nosaltres, a l'hora de valorar-lo. Si d'una mateixa temàtica ens en pot parlar una associació que al darrera té 20 associats o una que en té 200, normalment, si la problemàtica que tenen és la mateixa, optem per la que té més representativitat, això sí”.

**Ent 8:** “Entre les fonts d'Informatius hi ha moltes organitzacions no governamentals, etc. Hi ha moltes ONG que són professionalitzades, que tenen el seu responsable de premsa. Si tenen una certa dimensió, tenen el seu cap de premsa com si fossin una empresa, cada vegada més.

I de la mateixa manera que s'han professionalitzat amb ajudes, també s'han professionalitzat amb la relació amb els mitjans (...). Com més organització tens al voltant, més actiu ets. Intentem rebre a tothom i escoltar tothom. Després no sempre podem treure tots els temes que ens demanen que traiem. (...) Perquè a Informatius, cada dia, de 100 temes se n'han de descartar 80”.

#### **4.d. La interacció entre periodistes i fonts d'informació**

Al marge de la consideració o no dels grups d'interès i moviments socials com a fonts d'informació, la interacció entre els periodistes i aquests grups, o més concretament entre els periodistes i els portaveus dels grups, també pot ser un factor important en la cobertura dels temes relacionats amb ells.

La professionalització de les grans organitzacions: empresarials, sindicals o ONG, amb les seves oficines de comunicació, no tenen res a envejar, de vegades, als partits o altres actors polítics. En canvi, les petites entitats no sempre disposen dels mitjans necessaris per establir la seva pròpia política de comunicació o bé no disposen de les experiències necessàries sobre com donar publicitat als seus objectius o els seus actes.

**Ent. 4:** “Nosaltres tenim uns interessos i unes necessitats i quan hi ha darrere els gabinets de comunicació gent que entra en l'ona de quins són els nostres interessos i necessitats, doncs ja busquen la manera que nosaltres piquem l'ham. De manera que cada vegada més tot està molt més professionalitzat. I això vol dir que darrere dels gabinets de comunicació hi ha gent que es guanya la vida amb això... Si aconsegueix que surti a TV3 o que surti a *El Periódico* o no sé què. I, per tant, en funció d'això... Per la qual cosa us podeu imaginar que hi ha una tensió contínua. I això fa que de vegades es va estenent més.

Quan els ajuntaments no tenien gabinets de comunicació contractaven un gabinet de comunicació, una empresa, en el moment que feien una inauguració i tal, i no passava. Quan hi ha unes persones dedicades la seva jornada laboral a fer que la institució aquesta o l'organització aquesta tingui una presència, allò, i quan no n'hi ha una ni dues, sinó que són molts..., doncs es nota. Es nota el nivell de tensió i pressió als mitjans. A veure, això per a nosaltres és la feina de cada dia: intentar doncs que tots aquests interessos que estan estructurats i amb molta presència a nivell telefònic, de cites, a nivell d'e-mails, a tots nivells. Intentar (...) fer una selecció amb els nostres criteris (que tampoc són totalment, encara que sempre intentem ser el màxim de rigorosos i tal, sempre seran molt aproximatiu).

I què intentem nosaltres fer? Segurament no ho aconseguim globalment que és posar-nos més a la banda del que hi ha a l'altra banda de la pantalla, de quins poden ser els interessos de capes importants de la població que no a l'altra banda, de quins són els interessos comunicatius de tots aquests actors que tenim arran de la taula. Segurament no ho aconseguim, però sí que si mirem normalment els mitjans, fent una anàlisi de tots els mitjans, és fàcilment detectable quins es converteixen més en 'mitjans de les fonts' dels que es converteixen més en 'mitjans de l'audiència'.

**Ent. 7:** "Aleshores, és cert que el gabinet de comunicació pot exercir una certa pressió i pot facilitar, diguem-ne també, la informació i la cobertura als mitjans, però, clar, no vol dir que necessàriament els mitjans facin una aposta per aquella informació si per les raons que siguin (lògiques, polítiques), no tenen interès amb ella, o per decisions de les direccions o pel que sigui...

Aleshores, d'entrada, lògicament és més fàcil (o hauria de ser més fàcil o un cop tenir més pes), evidentment, si un moviment social té organitzada estratègicament també la seva comunicació de forma que coneix les rutines dels mitjans audiovisuals, contacta directament amb les persones responsables de la informació i de la jerarquia de cada mitjà, etc. I aleshores, evidentment, això pot facilitar-li una entrada, tenir una entrada més fàcil, que el pobre moviment

social o ONG que envia un comunicat, no telefona, no parla amb ningú, no sap qui són els caps respectius, etc. (...)

Clar, a part que en qualsevol mitjà de comunicació arriben milers de comunicats i notes de premsa. Per tant, jo crec que no... La prova que hem establert de la representativitat és el tema de quan tu en un dia de poca informació necessites omplir el *Telenotícies* i aleshores li dónes categoria d'importància de notícia a coses que realment no ho són. O fas un tipus de peça informativa que en una situació normal no faries...

Aleshores, tot aquest criteri i realment si reflexiones t'has de replantejar que moltes de les informacions que dónes, quina representativitat i quina repercussió tenen a la societat, realment? 'Cap'. De les declaracions dels polítics, per exemple, ens en podrien estalviar el 90%, perquè el que diuen no té cap repercussió ni transcendència".

**Ent. 7:** "El fet que hi hagi un bon gabinet de comunicació, fins i tot d'imatge (una cosa més recent, aquí), que porti i, per tant, faci un disseny estratègic d'un determinat moviment social o organització social, evidentment ajuda. Ajuda, però jo considero que no és definitori, perquè hem de tenir en compte, també... És a dir... Aquí hi intervenen més d'un element i diverses casuístiques. D'una banda, s'ha de tenir en compte, diguem-ne, la certa coincidència d'objectius, per dir-ho així, entre un determinat mitjà de comunicació i un determinat moviment social".

**Ent. 6:** "Si parlem d'Amnistia Internacional, d'Intermón Oxfam, Metges sense Fronteres, clar... Normalment aquests sempre els hi fem cas. És a dir, quan (...) ens envien una convocatòria, per exemple, han presentat un estudi Creu Roja, normalment, sobretot des dels dos anys o això que portem de la crisi, si Creu Roja ens convoca a alguna cosa, Càrites, doncs hi anem, segur, perquè sabem que allò tindrà un titular segur. Arrels,... Per exemple treballem amb les [entitats] de Ciutat Vella. Treballem allà on hi ha problemàtica, d'immigració, de pobresa, tal... Petits o grans hi treballem molt: Arrels, els Infants del Raval...

Amb aquests normalment ells confien molt amb nosaltres, perquè saben que normalment les hi fem cas i tractem bé la informació. I nosaltres, evidentment, com a font, són els primers que truquem”.

**Ent. 9:** “A vegades, algunes organitzacions han arribat quasi bé a professionalitzar-se. I les petites també juguen a aquest model: ‘jo vull que em venguis això’. ‘Un moment, un moment’. La meva obligació també és mirar l’altre punt. I a sobre ets dolent, perquè per definició ‘jo, [l’ONG] sóc bo’. I les ONG i els grups aquests, per definició, són els bons.

‘No, no, la meva obligació és plantejar el tema’. (...) La gent que ho està vivint [això des dels grups d’interès i moviments socials] ho viu amb tanta passió que aquella és la veritat i et demanda a tu que t’hi adhereixis.

Però també has de tenir un cert distanciament, perquè sinó estàs fent presa de partit... si estàs fent una documental d’autor, ‘endavant les hachas’. No li demanis a aquest documental que sigui una peça informativa. (...)

Amb grups de malalts també és curiós. Quan descobreixen alguna cosa és tan important que és el centre de la seva vida, que tu no pots qüestionar res, s’enfaden de vegades. (...) Jo estic fent la meva feina, que és qüestionar constantment”.

A diferència de les grans organitzacions i de les petites entitats, els moviments socials no disposen d’una organització estable. La interacció entre els membres d’aquests moviments i els periodistes depèn d’altres consideracions. No hi ha portaveus fixos, i, per tant, la relació entre el professional i les fonts és més difícil.

**Ent. 3:** “Fa falta trobar un equilibri, que els mitjans siguin capaços de descobrir quins moviments tenen transcendència social (perquè n’hi ha molts i n’hi ha alguns que es representen a ells mateixos i d’altres que no). Es tracta de saber



distingir, des del mitjà, qui realment té coses per explicar, a fer, a comunicar. I ells també han de saber trobar el punt, en els mitjans, perquè siguin més còmplices. 'Còmplices' no es la paraula correcta. Que siguin els 'eco' de les seves reivindicacions, manifestacions,... De la seva manera de llegir el món, de veure el món...".

**Ent. 4:** En aquests moments, els sindicats (...) majoritaris no tenen res a veure amb la resta d'organitzacions, perquè... Primera, perquè els sindicats majoritaris també estan a la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals. No són només un agent extern al qual nosaltres ens hi referim. Sinó que ells contribueixen a crear l'estat d'opinió o la manera de tractat la informació sindical en els programes i en els *Telenotícies*. No és una intervenció directe, (...) és a través del Consell assessor.

A més a més, els sindicats, en la nostra societat, de la manera com s'ha muntat en els últims anys, tenen un paper (...) no només relacionat amb les relacions laborals, sinó que tenen també un paper polític, a l'hora de presentar iniciatives, d'opinar sobre fenòmens econòmics i no econòmics de l'actualitat. I, a part d'això, tenen una potència informativa molt per sobre de moltes institucions (...), d'empreses i actors.

Els sindicats tenen uns gabinets de premsa molt estructurats i amb unes agendes de comunicació molt pensades. I no ens estem referint a partits, però s'hi assembla molt. Amb la qual cosa tots aquests actors fan que, en aquests moments, els sindicats majoritaris exerceixin una pressió respecte el proper informatiu que fem aquí moltes vegades comparable a la que fan els partits (...), molt a sobre, de vigilar-se uns als altres perquè no hi hagi una presència més gran d'un altre sindicat que no d'ells.

No ens estem referint a institucions (...), grups socials amb una política comunicativa poc estructurada, no, no. Ens estem referint a actors que tenen molt de poder en aquest moment i que l'exerceixen, respecte el contingut informatiu del *Telenotícies*. Això fa que les relacions no sempre siguin fàcils,

perquè el nostre punt de vista no sempre coincideix amb el d'ells. Nosaltres podem considerar que una cosa és notícia o no és notícia, a part de l'estratègia comunicativa que vulguin donar.

La resta d'institucions socials, a veure, el fenomen, jo crec que és més diluït, però jo crec que en els deu últims anys, amb la proliferació d'empreses dedicades a la comunicació, fa que hi hagi tota una sèrie d'institucions, d'ONG, empreses del sector (...) [amb una certa] política comunicativa potent. Potser són polítiques comunicatives amb alts i baixos, més puntuals, amb un moment que els interessa comunicar una cosa, però aquesta continuïtat hi és i n'hi ha que tenen aquesta política molt interioritzada”.

**Ent. 5:** “... és veritat que de vegades el llenguatge audiovisual et porta a prevaler les imatges de violència, o les imatges que passen coses, més enllà dels senyors que porten corbata que, al final, aquestes imatges s'acaben fent també més avorrides’.

I potser caiem, de vegades, en començar una crònica d'una cimera dient ‘enmig de fortes mesures de seguretat...’, –això és típic, o era típic-, perquè així ensenyas quatre plans de fora de policies. O acabar un vídeo dient: ‘i mentre fan [la reunió], a fora hi havia protestes’ i llavors qüestionas tot el que has explicat en el vídeo amb 10 segons al final amb la gent cridant i fent...

Clar, la idea és que si en aquell moment la notícia és que hi ha hagut uns ferits a fora, a les protestes, per tant, ho pots explicar com a notícia per ella mateixa. I després el contingut de les protestes ho posis bé a dintre, o ho posis com a context a dintre de la informació que estàs donant. Això també és important que ho fem. Fem reflexions sobre això. En fem, no sé si ens en sortim prou, però en fem. En som conscients”.

**Ent. 6:** “Per exemple, durant molt temps vam estar molt a sobre del moviment okupa, intentant explicar realment què hi havia al darrera, quines problemàtiques socials, d'habitatge, de treball, d'incorporar-se a la societat...

Vam tenir durant molt temps una voluntat clara –crec jo- d’ensenyar els seus problemes. És a dir, quan hi havia un desallotjament okupa, si hi havia violència entre ells i la policia, intentàvem nosaltres sempre (...) explicar la seva problemàtica. Però no ens ho posaven mai fàcil. Ells sempre tenen el discurs que manipulem la informació, que estem sempre al costat del poder (establert) i quan intentes. Bé, molt bé, anem a explicar què us preocupa, què us passa, què demaneu..., molt poques vegades ho aconseguíem, perquè tenen fòbia als mitjans de comunicació. I no els treus del discurs que som uns manipuladors”.

**Ent. 6:** “La veritat potser (...) és que tenen una visió no sé si equivocada o nosaltres ho hem fet realment molt malament i ens hem guanyat que no vulguin parlar amb nosaltres, perquè no hi confien. Però cada cop et trobes amb més traves. És a dir: una cosa és que ells et vulguin vendre el seu producte o la seva problemàtica, i una altra és que tu hi vagis per un tema propi, que no t’hagin convocat ells. Si no t’han convocat ells, cada cop ens costa més accedir a determinats col·lectius o entitats.

Allò d’una notícia que per ells pot ser negativa o que els pot portar perjudici, desconfien molt, per molt que tu els intentis fer veure que tu explicaràs les coses tal com són, el més objectiva possible, contrastant la informació, les fonts... Hi ha moltes d’aquestes entitats que els costa”.

**Ent. 6:** “No ho sé, potser els hi falta entendre més com són els mitjans, com treballa un *Telenotícies* (...)”

De vegades crec que el gran problema és que agafen els tics dels polítics. Al final compten els segons que surten i es pensen que tu ho fas a propòsit, de dedicar més temps a una part que a l’altra. Quan al final, realment, és que nosaltres, de veritat, no tenim cap mena de consigna i treballem amb tota la llibertat del món. I acaba determinant el reportatge, doncs, la manera de fer d’aquell periodista, millor o pitjor, que ha decidit que el discurs més adequat és aquell o ha triat aquells 15 segons perquè són més concisos que aquells altres, o perquè parla millor, perquè no s’entrebanca o perquè... Al final, amb la televisió, com que has

de buscar també que la imatge sigui bona, potser estàs prenent unes decisions que no són les més adequades, però que són molt personals.

Clar, cada periodista faria una crònica d'una manera diferent. I moltes vegades, tothom (entitats, particulars, partits polítics, tot,...) acaba prenent-s'ho com si això fossin ordres, i tu treballassis sota el dictamen d'algú. (...) De vegades, compta el temps que tu trigues a fer aquella gravació, arribar aquí, a muntar-la. I que tu voldries explicar amb 1 minut 40 [segons] i no et deixen fer més d'1 minut 10".

#### **4.e. La imatge del periodista sobre l'audiència**

En el procés de treball periodístic, el periodista basa la seva perspectiva de la notícia, del producte final, en la idea que té de l'audiència a la qual es dirigeix. Una de les persones entrevistades va comentar, al preguntar-li sobre què pensava de la imatge que el públic té dels periodistes i dels *Telenotícies*: "Que som la seva i tothom voldria veure el que li interessaria a ell. De vegades, al 100% no es pot. I llavors, com ho fas?". El criteri de noticiabilitat 'interès general' no només inclou i vol dir 'rellevància de l'assumpte' tractat per al bé públic. És també un criteri quantitatiu en el sentit que l'interès ha de ser-ho en relació a la major part de la societat, o, en concret, a la major part de l'audiència.

**Entr. 1:** "El periodista, quan surt, el que fa és intentar reflectir el que ha passat i el que ha vist. I si queda un *flash* buscar la manera per cobrir i demostrar allò que queda penjat i que no es contesta, independentment de si agradarà o no agradarà a l'espectador. De vegades estem obligats a dir coses que no agraden a tothom: de vegades no agraden als polítics, de vegades no agraden a algunes associacions, de vegades a algunes empreses o sindicats. Tu estàs obligat a parlar i explicar el que hi ha, independentment de si penses si aquests se m'enfadaran o quedaran contents. És complicat, sense perdre de vista que el teu

espectador és a l'àmbit de Catalunya i que aquí tenim, de vegades, uns punts de vista diferents als altres llocs”.

**Entr. 4:** “La gent sap què pot estirar o pot esperar d'un mitjà de comunicació. Recordo fa 20 anys que depèn d'on trucaves et deien ‘¿Bueno, pero esto cuánto nos va a costar?’ ‘No, esto no va així...’ ‘Nosotros informamos...’ Nosaltres no som una productora de televisió que els hi vindrà a fer un reportatge perquè vostès es puguin veure com si fessin un casament... És una altra cosa, això. A nivell de relació (...) potser és una caricatura, però sí que és veritat que la gent en sap més (...) i sap què en pot treure dels mitjans.

En els conflictes es plantegen allò, amb la situació laboral que tenim, que depèn de com es porti un conflicte, el treballador que pot anar al carrer amb un ERO que pot cobrar des de 20 dies per any treballat a infinit..., depèn de què pactin amb l'empresa, hi ha molta consciència (...) que els mitjans et poden ajudar en aquesta negociació a ser una pressió més per aconseguir uns resultats superiors en el conflicte que estàs portant,...

I llavors, els que et trucaven, i també els treballadors que de vegades en són més conscients (...) que segons com gestionin el conflicte aquest a nivell de mitjans poden aconseguir una cosa o una altra. De manera que aquest coneixement de per a què els pot servir sortir als mitjans i com gestionar tot això, cada vegada més.

I després això, a nivell de continguts de la nostra informació, doncs, realment, clar, la gent, a més a més, reaccions, que quan t'equivoques hi ha gent que en sap molt. Nosaltres intentem saber bastant de moltes coses, però hi ha gent que en sap molt del seu tema (...) i potser abans eren més reticents, però ara la gent et truca i diu ‘això que han dit no hi estic d'acord’, però ... i et truquen. De manera que (...) això com es gestiona? Intentant... Això va passant a tots els mitjans. Que cada vegada les persones [els periodistes] són menys polivalents i més especialitzades, en àrees temàtiques”.

**Ent. 9:** “Les casuístiques són molt diverses. D’apreciació personal: vostès no han estat prou objectius. Llavors, quan tu ho mires, consideren que no has estat objectiu, perquè no has donat la seva, de versió. No és que allò hagi estat mal fet, perquè allà hi ha hagut presència de tot i s’han presentat totes les vies (...), però ‘no han donat la visió que jo volia que vostès donessin’. Com més de proximitat és la notícia, més passa. Si tu tractes un problema que hi ha a un poble, segur que et sortirà algú del poble dient que has donat una imatge, si és un problema, negativa, i com a mitjà de comunicació públic no pots donar imatges negatives, que el que has de fer és pintar una realitat diferent per afavorir els interessos econòmics del poble, encara que en aquell moment està passant una crisi...”

**Ent. 7:** “Les mateixes rutines informatives, en el cas de la televisió, estan perdent aprofundiment, estan perdent contextualització. És a dir, que les informacions les donem tan breu, tan tipus-telegrama, que, aleshores, realment, és com si ens dirigíssim a una persona molt avesada o molt del camp aquell concret de la informació. Que, si no, per al públic en general és difícil d’entendre.

Per això jo deia abans que al donar tantes notícies (que és la tendència dels últims anys), jo crec que és equivocat. Perquè hi ha altres models, sense anar al model dels Estats Units, que només el miren ells al matí. I que parlen de les quatre notícies que a ells els importa i després de les quatre més a on ells tenen interessos com a potència i la resta del món no existeix. Per exemple, sense arribar a aquest extrem, el que és cert és que, (...) és a dir... Amb el símil que s’havia fer sempre és que el telenotícies d’informació, el telenoticiari, havia de recollir o explicava amb imatges allò que sortia a la portada d’un diari, amb el fi comunicativament. (...) Crec que hem passat al fet que el *Telenotícies* intenta explicar tot el que porta un diari amb totes les pàgines. I aleshores això no té sentit, perquè no és el seu paper, la seva competència. Aleshores, tenim l’informatiu de televisió; després ja podem tenir informatius especialitzats, de continguts temàtics determinats, etc. Però clar, és a dir, si tu obres el diari per cada secció, quina és la notícia més important. Tu pots comptar sis-set seccions.

Posem que dues notícies màxim per secció que siguin importants aquell dia surten 14 notícies. Per tant, un *Telenotícies* haurien de ser això, incloure 14-15 notícies més importants dels diferents àmbits. A tot estirar.”

## **5. LA PERSPECTIVA DELS GRUPS D'INTERÈS SOBRE ELS *TELENOTÍCIES***

Els grups d'interès i moviments socials són un espectre molt ampli d'agrupacions amb formes organitzatives molt diverses: confederacions, federacions, sindicats, organitzacions no governamentals, associacions, plataformes, coordinadores d'associacions, col·lectius ciutadans, etc.

Un sector d'aquest conjunt d'organitzacions disposen de departaments o gabinets de comunicació per planificar l'activitat dirigida als mitjans. S'estableixen contactes més o menys estables amb els periodistes, i es desenvolupen habilitats comunicatives per millorar la relació amb els mitjans (González, 2006). Les tècniques especialitzades d'aquests departaments són molt valuoses per tal com el seu objectiu principal és la persuasió de l'opinió pública, aconseguir la seva simpatia i solidaritat amb els objectius de l'agrupació.

Les organitzacions empresarials es dirigeixen a l'opinió pública per aconseguir el seu suport i la visibilitat mediàtica pot ser un element de pressió en els processos de negociació amb els organismes polítics. En el cas dels sindicats, igualment, l'acció persuasiva de cara a l'opinió pública els permet exercir pressió, però a més té una funció de conscienciació entre els seus simpatitzants i d'atracció de nous afiliats<sup>20</sup>. En el cas de les ONG, les tècniques comunicatives

---

<sup>20</sup> Convé afegir, no obstant això, que els sindicats majoritaris són una excepció en el conjunt de les organitzacions sindicals, donat que gaudeixen dels seus propis programes sindicals. Així s'esdevé en el cas



poden contribuir a una major sensibilització de la societat, captació de simpatitzants i, per tant, en ocasions, captació de donacions. En qualsevol dels tres casos, la seva presència als mitjans de comunicació els concedeix un capital simbòlic fonamental: ser actors en les situacions en que es precisa prendre decisions davant situacions urgents a curt o a llarg termini.

Els grups institucionals públics o privats, com les universitats, o bé els propis mitjans de comunicació, disposen de tècniques ja institucionalitzades. Les universitats i la investigació, ara com ara, no necessiten recórrer a estratègies de mobilització o de pressió de l'opinió pública en els seus processos de negociació. Les estratègies de negociació es desenvolupen en espais diferents, en relació directa a les instàncies polítiques. La seva presència en els mitjans de comunicació ve donada pels assoliments en el coneixement i la competència entre els diferents grups d'investigació. Les tècniques publicitàries es basen més aviat en la promoció de productes relacionats amb el coneixement. No es el mateix cas el dels mitjans de comunicació. Hi ha una línia divisòria molt dèbil entre el que es considera transmissió de la realitat, la idea que els mitjans de comunicació són un mer reflex de la realitat, i el seu paper com a actors polítics. En la majoria d'ocasions, quan exerceixen el seu paper d'actor polític ho fan i es legitimen en nom de l'opinió pública.

Entre els grups de causes, com l'església catòlica o altres organitzacions de culte religiós, també hi ha grans diferències. L'església catòlica, amb un profund arrelament a Catalunya i a Espanya, disposa dels seus mitjans i, a més, sempre

---

de Comissions Obreres i d'Unió General de Treballadors a Catalunya, que, des de l'any 1993, disposen d'un programa sindical propi que s'emet al canal 33 un diumenge de cada mes.

ha tingut accés als mitjans de comunicació públics, a TVE, la televisió pública estatal, i a TV3, on també té el seu programa<sup>21</sup>.

En canvi, les estratègies comunicatives de les associacions o col·lectius de ciutadans no són comparables a aquestes grans institucions. Les associacions, a excepció de les que posseeixen una organització forta i grans recursos, en general no acostumen a disposar d'estructures estables dedicades a la comunicació institucional. No cal dir que, en el cas de les petites, el seu funcionament *quasi* assembleari freqüentment dificulta fins i tot el reconeixement dels portaveus del grup. Entre els moviments socials, la situació és molt més complexa perquè tampoc acostumen a tenir estructures organitzatives mínimes estables. Amb freqüència, rebutgen qualsevol tipus de lideratge i, en conseqüència, és molt difícil el reconeixement d'activistes que representen el col·lectiu. Contradictòriament, són aquestes petites associacions i els moviments socials els que depenen més de la seva presència en l'esfera pública, de la pressió de l'opinió, per a poder tirar endavant els seus objectius, car normalment estan al marge dels processos de presa de decisions en els organismes públics.

Aquest capítol presenta els punts de vista d'un conjunt de professionals de la comunicació institucional sobre la noticiabilitat dels grups d'interès, la presència d'aquests grups als *Telenotícies* i els processos d'interacció entre els departaments de comunicació i els periodistes. Els entrevistats, un total de deu, pertanyen a una organització empresarial; a tres sindicats de treballadors (dos d'ells majoritaris) i a un sindicat d'agricultors i ramaders; a tres ONG (majoritàries pel nombre d'afiliats) i una coordinadora d'ONG, i, finalment, a una federació d'entitats que treballen per millorar la situació de les persones

---

21 Signes dels temps és un magazine d'actualitat sobre el món de l'església catòlica, amb entrevistes i reportatges, que s'emet des de 1986, els diumenges al matí a TV3. Accesible a: <<http://www.tv3.cat/programa/120086702/Signes-dels-temps>> [Consulta: 4 de juliol de 2010].

immigrants. Desafortunadament, els nostres intents per dialogar amb membres d'altres associacions ciutadanes i d'altres moviments que estaven desenvolupant la seva activitat en el període de temps de la mostra han estat infructuosos<sup>22</sup>.

### **5.a. La noticiabilitat dels grups d'interès**

Per als responsables de comunicació dels grups que hem entrevistat, la noticiabilitat radica, igual com van plantejar els periodistes (vegeu el capítol 4), en la novetat. Així, des d'una organització empresarial, el punt de vista i les possibilitats de generar notícies són les següents:

**Ent. 10:** “És una mica complicat acotar-lo, saber el que serà notícia o no serà notícia de..., perquè hi ha molta actualitat indirecta que no generem nosaltres, però que apareix en els mitjans de comunicació, en els *Telenotícies*, concretament, en les que nosaltres també apareixem. Pot ser d'entitats que estan vinculades amb nosaltres, com podria ser, per exemple, notícies que sorgissin de la CEOE, com sobre dades macroeconòmiques com podria ser l'atur, en els que podem sortir de manera directa o indirecta, sigui via que hem fet una nota de premsa o perquè ens han vingut a buscar per demanar una opinió.

Els temes propis, per dir-ho d'alguna manera. Els temes de comunicació que haguem generat que surtin en els *Telenotícies*, normalment vénen propiciats per les rodes de premsa que fem, sobre presentacions d'estudis, de diferents àmbits de l'economia, i també de rodes de premsa que fa el president. Sobretot aquestes dues serien les grans... o els dos grans passos de la comunicació generada des d'aquí [que] tenen un gran impacte als *Telenotícies*, amb un percentatge bastant alt”.

---

<sup>22</sup> A continuació, les transcripcions d'alguns fragments de las entrevistes realitzades poden contenir registres propis de la locució oral.

Els sindicats majoritaris, juntament amb algunes organitzacions empresarials, estan reconeguts institucionalment com els “agents socials”, és a dir, els que tenen un accés directe a les meses de negociació, fins i tot abans que s’adoptin les decisions. Per aquest motiu, de la mateixa manera que en el cas anterior, els sindicats majoritaris també tenen un doble accés als mitjans, o una via paral·lela per convertir-se en notícia: els fets vinculats a l’actualitat en general que tenen una relació directa amb els sindicats i els fets promoguts directament pels propis sindicats.

**Ent. 11:** “A veure, jo penso que en aquests moments, una cosa és el que hauria de ser, el que crec que hauria de cridar l’atenció dels periodistes, i una altra, una mica, la línia que segueixen els informatius. Jo crec que la política té una presència de vegades excessiva en els informatius. És la sensació que ens dóna, i hi ha una part molt gran dels informatius on es converteix en una pregunta-resposta: un contesta, un altre contesta [la resposta del primer]... i cobreix massa informatiu i s’allunyen una mica dels grans moviments socials, realment, de la gent.

I després, sí que és cert que cobreixen una gran part del moviment social. Aleshores, nosaltres pensem que, de vegades, des dels informatius de TV3, no hi ha un equilibri en realitat entre el moviment de la gent real del carrer amb el temps que es dedica la notícia en l’informatiu.

Això sí que ho hem notat moltes vegades. Nosaltres, per exemple, (...) sabem que l’1 de maig som protagonistes. Que aquell dia cobrim un espai gran. Tanmateix, hi ha altres moments importants... Manifestacions que tenen una repercussió social de més tendència, com per exemple, una manifestació per les pensions o crisi econòmica, etcètera, que no tenen el temps que haurien de tenir en els informatius. Cobreixen molt més el ‘jo parlo, tu em contestes’ de la política que no expressions socials que moltes vegades ocorren. Tenim aquesta percepció”.

**Ent. 12:** “Els sindicats, dins dels grups socials, podem dir que tenim sort. Fins a cert punt, però tenim sort. Tenim sort, perquè el nostre paper és molt evident. El nostre rol és clar: representem una part, tenim una projecció política, som una (...) [institució] representativa, per tant, no els has d’explicar grans coses [als mitjans], perquè et tinguin en compte.

I dic que tenim sort fins a cert punt, perquè és ben bé veritat que aquest rol tan específic, tan determinat, moltes vegades t’impedeix fer coses diferents, o tractar els teus propis temes de manera diferent. Tot està com molt taxat (...). No arribes a tenir una quota de pantalla, com els partits polítics, ni molt menys. Nosaltres hem de batallar per la nostra quota. No per ser un sindicat majoritari i ser organitzacions de les més potents i organitzades tenim la notícia garantitzada.

(...) Però tenim moltes més oportunitats. Moltes vegades tenim aquesta oportunitat, no per l’interès o la rellevància del que fem, sinó que moltes vegades formem part de la coral de [reaccions], per un esdeveniment polític...”

El punt de vista d’un dels sindicats de treballadors amb un nombre d’afiliats més reduït no és el mateix:

**Entr. 13:** “En primer lloc vull dir que no es recullen els nostre actes, normalment. Nosaltres estem fermament convençuts que tenim un boicot actiu i, en aquest sentit, creiem que tant (...) els mitjans de comunicació privats, però també els mitjans de comunicació públics, sistemàticament no recullen les mobilitzacions que nosaltres fem, tot i que moltes vegades som majoria sindical i tot i que en alguns conflictes laborals portem nosaltres ‘la veu cantant’. La sensació que hi ha dins del sindicat (...) és un boicot actiu.

Jo crec que la cosa és clara: hi ha dos sindicats majoritaris, que són opció a una política (...) de *braços baixats*, d’arribar a acords quan realment estan en joc els

drets dels treballadors per davant (...) i són la majoria de sindicats, però aleshores n'hi ha [d'altres] i sembla que ells parlin per la boca de tots els treballadors. I això és totalment mentida. (...) Perquè en molts sectors [aquests sindicats considerats majoritaris] no són majoria. Ells no crec que siguin una [opció] legítima per negociar sobre els drets de tots els treballadors de l'Estat espanyol o de Catalunya”.

Pel responsable del sindicat d'agricultors i de ramaders la noticiabilitat forma part de la gestió i negociació quotidiana amb els periodistes:

**Ent. 14:** “El dia a dia, si fem una roda de premsa i ja està, no hi ha un pacte formatiu molt clar, que s'hagi de complementar d'una acció a tot el territori (...) o una visita... O una [notícia] agrària, que els hagi d'acompanyar al camp, ... Acompanyar per complementar aquella informació.

Nosaltres tenim una relació bastant quotidiana amb els periodistes d'informatius de TV3, bastant fluïda. Traiem un tema i ràpidament és noticable... Ens truquen i ens diuen: ‘home, això com ho podem il·lustrar...?’ Perquè en televisió es necessita poder il·lustrar això que passa, com una història, que la faci comprensible, amb el temps que tenen... Els acompanyem al tros, al camp, o els busquem algú (...) que els vulgui explicar la seva experiència.

I després, quan hi ha xou, hi ha més cobertura mediàtica. Si hi ha manifestacions, hi ha una tractorada, això vol dir que hi ha escenaris en els quals el conflicte es pot visualitzar més i, quan es visualitza (...), és més atractiu... Després també hi ha el tema habitual d'agenda temàtica... Hi ha el tema dels transgènics i [pot ser que llegeixin al diari un tema] i ens truquen (...) i ens busquen i ens ho demanen”.

La noticiabilitat relacionada amb les ONG majoritàries pot venir de diverses vies, atès que les seves organitzacions són d'àmbit internacional. Bé sigui pel coneixement profund dels països en els quals estan implantades, dels problemes

que les afecten, o bé de la realitat local, les seves aportacions es poden realitzar en diversos àmbits de la informació:

**Ent. 15:** “Jo he anat a vendre temes i campanyes (...). I no ens n’han comprat ni una. I tenim una lleugera major possibilitat d’èxit amb el ‘30 minuts’. Però a part d’això, és la nul·litat. Quan hi ha catàstrofes com Haití, sí.

És per vehicular missatges. Estem amb una campanya de malalts oblidats. Cada dia moren 8.000 persones per aquestes històries, que volen dir 240.000 al mes. I tu què fas? El dia de [internacional contra] la Malària... (...) I d’això [de la campanya de malalts oblidats] no se n’ha fet ressò de cap de les maneres, en cap dels programes. Episòdicament, molt de tan en tan, en el programa d’*Els Matins*, ens demanen la presència amb algun tipus de debat (sobre la transparència, etc.. Però quan dic episòdicament vull dir un parell de vegades l’any. I ja està (...). Jo, amb això, no és una crítica. Vull dir que a dins de TV3 continua pesant moltíssim, d’una manera excessiva, des del meu punt de vista, el [fet] que les coses siguin catalanes o no.

El mateix que poden fer un esforç perquè l’Albert Muntanyès ha guanyat un partit a Estoril i no diuen que l’Atlético de Madrid ha quedat campió d’Europa [League] (això és la tercera o quarta notícia). Doncs això també aprima. Si hi ha una organització de La Barceloneta que fa una determinada cosa, encara que sigui molt més petita, amb menys-transcendència, etc., sempre tindrà més paper que el que pugui fer (...) [una gran ONG] a Zimbawe. I és així.

Ara, quan ve un ‘sarau’ com Haití, aleshores ens convertim, com que estem allà, aleshores ens tracten molt bé. Però justament perquè estem en llocs que ells no hi acaben d’arribar. Aleshores, l’excusa per interessar-se per la feina de l’organització és per poder obtenir informació del que està passant allà...”

**Ent. 16:** De quina manera recullen o què consideren com a mediàtic coses que nosaltres de vegades comuniquem? Informació bàsica perquè som agents que

estem treballant al terreny. Primer: tots són temes d'acció humanitària. Tot el que són emergències: un terratrèmol, un huracà, aquests d'aquest tipus, (...) una gran sequera (també això té un tractament no tan puntual), un desastre ecològic... Això té una repercussió immediata, i sí que [els mitjans] et busquen com a referent, com a font informativa, perquè tu estàs allà.

El tractament que fan (en aquest cas, aquest mitjà, TV3) intenta ser bastant descriptiu, positiu. Intenta explicar bé el context del país i la situació, on és, en quina zona. I de vegades, si es pot, i això ja coneixem l'esclavitud en un *Telenotícies*, que va en detriment d'altres seccions com Esports (...) o de l'àmbit Internacional o de Societat (...). Aquest context es limita [de vegades] més del que els periodistes [voldrien] (...). Això és el primer, el tema de desastres naturals, que crea una gran expectativa.

Un altre factor, que de vegades pesa perquè sigui notícia o no (...) en un desastre natural, alguna cosa molt dura (...) –i que els que som periodistes coneixem el negoci-, és el “número de morts”. Moltes vegades una notícia sortirà si hi ha morts o no, si ho ha molts afectats i el desastre és molt gran. Però, sobretot, un tema com la mortalitat a un periodista li marca molt [per a decidir] si un tema és notícia o no. (...)

El fet de disposar d'imatges o fonts és un factor que de vegades marca a l'hora de poder sortir. (...) 'Escolta, no és un desastre molt fort, però tenim unes imatges que ens han passat' (...) i si és un dia fluix, entra. (...). Determinat tema no és ni noticiable, però el dia és fluix, a no ser que sigui un Haití, un tsunami. (...).

Quan passem ja a altres tipus de temes, de cooperació, de ciència política, de realitats, de petites problemàtiques en alguns indrets, això és molt difícil que pugui entrar [en el *Telenotícies*]. I torno al que et deia al principi: podem trobar periodistes molt sensibles en aquest tema, que entenen que aquest tema per ells sortiria, però que a l'hora de vendre'l al consell de redacció (o és el mes d'agost i no tenen res i els arriba unes bones imatges i un testimoni amb ganxo, que, a



més, si estem parlant de temes de països del tercer món han de tenir un ganxo català o espanyol... Si és un català que està a no sé on... Això és un factor cultural que de vegades [respon, es té en compte].

Potser en els últims temps, el fet que tinguem comunitats d'altres països vivint aquí els ha permès obrir una mica els ulls a les realitats... I mostrar notícies, d'altres països, on aquesta comunitat és molt potent i desperta molt interès. Potser ara això podria ajudar amb la gran quantitat de persones de diverses procedències que hi ha al nostre país (...).

Un altre factor que ajuda la noticiabilitat i que, a partir de l'experiència d'Haití, que és la més recent, que és la que jo tinc més en la ment, (...) i va permetre potser allargar aquesta sensibilització de la ciutadania és el tema de les 'celebrities' o la solidaritat de la gent. Accions de captació o personalitats del món de l'espectacle, la cultura, que se sumaven per donar suport al que estava passant a Haití. Això ha generat que hagi seguit essent notícia. No desapareix. ”

**Ent. 17:** “A veure, [la nostra organització] pràcticament és una agència de notícies. El seu abast global pot llençar..., de fet, llança informes de moltes parts del món. Anem generant contínuament molta informació. No tant des de Catalunya, sinó des de la nostra seu internacional.

Nosaltres, d'informes, en fem molts, i [de] notícies [també]. Tenim un comunicat cada dia, des de qualsevol part del món. Nosaltres el filtrem o, evidentment, no arriba tot a les redaccions dels mitjans d'aquí. Primer perquè seria una mala pràctica i llavors perquè sabem que els espais són limitats i que no podem estar-los bombardejant, els mitjans, amb el que està passant a tot el món.

Nosaltres, bàsicament, tenim uns països prioritaris, que són en els que sí que posem una mica l'accent. I són països que creiem que sí que poden interessar... tota la part d'Europa. Quan hi ha una notícia d'Europa, particularment d'Espanya o Catalunya, aquestes van a mitjans de Catalunya.

Tota la part d'Amèrica del Sud [i] conflicte de Colòmbia també ho posem i unes altres notícies més d'Amèrica central... Bàsicament són les notícies que nosaltres sabem que poden arribar a la redacció d'Internacional de TV3.

I la resposta acostuma a ser bastant bona. És a dir, almenys sempre que hem llançat una cosa això, grossa, en temes específicament de Catalunya, quasi sempre [sembla que la nostra organització] ja té una marca i sembla que el que diem és rigorós, creïble, que hi ha un informe al darrere, que no és una simple declaració, que hi ha un estudi d'investigadors, creiem que acostuma a tenir una certa recepció.

A Catalunya, doncs, quan hem tingut algun episodi de racisme o xenofòbia, que hem fet algun comunicat, això ha tingut [seguiment] (...) [el cas de los fullets del PP, a Badalona], vam fer un comunicat i va sortir a les notícies.

El tema de quan parlem d'un país, normalment si aquest país en aquell moment és actualitat per algun motiu, ja que és el moment per llançar aquests comunicats i normalment [la nostra opinió] sol ser un complement per a aquesta informació. Per exemple: properament [hi ha] les eleccions a Colòmbia. Si hem fet una crida als candidats a la presidència perquè es respectin els drets humans, normalment es cola com un afegitó. No és la informació central, però acostuma a ser...

I aleshores tenim dos moments en els quals sí que ens responen bastant bé, que és quan presentem estadístiques de la pena de mort, la situació de la pena de mort al món, que llancem unes estadístiques anuals. Aquí, [en aquest cas] sempre és notícia pròpia (...). I llavors l'informe anual de situació ....”

Per les ONG i entitats més petites, que no tenen implantació a tants països, és molt més difícil “ser notícia”. Aleshores, el plantejament és el següent:

**Ent. 18:** “Una cosa és el que ens demanen els periodistes i una altra cosa és el que nosaltres volem transmetre. Precisament és un dels grans temes del sector. Nosaltres ja el 1997 ens vam dotar d'un Codi ètic, perquè ja en aquell moment s'estava veient com derives, derives en la forma, tant de com els mitjans es dirigien a nosaltres i nosaltres començàvem a relacionar-nos amb l'opinió pública. (...)”

Nosaltres tenim una limitació, el Codi ètic que ens diu: ‘hi ha una sèrie de coses que no podeu fer’. Això (.....) malgrat que els periodistes tinguin els seus propis codis deontològics, no té res a veure amb les seves pràctiques ni amb el nostre Codi ètic. Aquí tenim una sèrie de problemes, de dificultats de trobada. Aleshores, la història de les ONG està molt relacionada amb els mitjans de comunicació, lamentablement.. Les ONG són un sector que ha estat molt imitat pels mitjans. I, de fet, ha tingut un a projecció molt forta gràcies als mitjans. El sector no era molt fort el 1994 o el 1992. (...) Aquesta federació existeix des del 1989.

Les acampades del 0'7% que dispararen absolutament l'interès pel tema de la cooperació internacional fou el 1994. El sector era molt jove i s'estava articulant, quan van succeir dues coses: quan hi va haver l'acampada del 0'7% i que el sistema de mitjans va començar a dirigir-se a la cooperació internacional, les grans ONG, com a gran tema noticiable. Llavors hi va haver les grans cobertures de Somàlia. En aquell moment es van donar dos-tres grans cobertures informatives que van marcar la pausa del que han estat després les cobertures sobre desastres. Això també va tenir el seu reflex després aquí amb l'acampada del 0'7%. (...) De sobte, aquest tema fou un gran tema internacional de mitjans. (...) D'alguna manera la credibilitat social i el coneixement del sector ha estat molt a través dels mitjans. Tenim una relació, un matrimoni de conveniència: molt bo per unes coses i molt dolent per unes altres. Es barreja tota la deriva que han fet els propis mitjans de comunicació, d'espectacularització, sensacionalisme, de temes roses... Tot això són coses que també ens afecten, i molt.

Nosaltres, paral·lelament, també hem fet el nostre procés d'avaluació. No estem treballant igual que fa 40 anys ni que en fa 20. Tanmateix, perquè tinguem aquesta relació, els mitjans amb la relació amb la societat, s'ha vehiculat molt a través dels mitjans, i de la publicitat i dels nostres anuncis”.

En el cas de la federació d'entitats que treballen per millorar la situació de les persones immigrants, el punt de vista de la persona responsable de comunicació és que la noticiabilitat respecte a la immigració recau sempre a les qüestions negatives:

**Entr. 19:** “ La gent reclama la no presència en els mitjans generalistes. És molt difícil que l'immigrant, amb la seva activitat cultural, tingui una presència [en mitjans generalistes]. El mitjà generalista va a buscar a l'immigrant quan (...) un li dona (...) un cop al cap a l'altre (...)”.

### **5.b. La presència dels grups en els *Telenotícies***

El tractament que els *Telenotícies* donen als temes d'informació és un aspecte fonamental per als grups d'interès. Les notícies consoliden imatges i opinions a curt i a llarg termini i crea les agendes de “problemes socials”, és a dir, els temes de solució urgent.

Des de l'òptica de comunicació de l'organització empresarial, l'opinió sobre la cobertura de temes relacionats amb el seu àmbit d'actuació és la següent:

**Ent. 10:** “Estem bastant satisfets sobre com ho presenten. Evidentment t'encantaria que les declaracions que fas d'un minut [puguin ser més extenses] (...). Però normalment, com que les relacions amb els periodistes de TV3 són bones, poden ser bastant equilibrades, les notícies. Tots sabem que moltes vegades té més pes el sindicat que la patronal, és més social, és aquesta

tendència de la notícia més social i de l'estigma de l'empresari com a generador de tots els mals.

Però, normalment, a TV3, (...) no sempre és [al nostre gust], però en general no [sentim] que ens hagin 'maltractat' (entre cometes) des dels *TN* o que no ens hagin tingut en compte. De vegades, per temes de sindicats, ens han vingut a buscar a altres agents [per demanar-nos l'opinió] (...).

Per als sindicats majoritaris, el tractament dels temes sindicals es desglossa en dos aspectes: la funció del sindicat en els processos de negociació i la cobertura dels conflictes laborals o qüestions relacionades amb la feina i la societat en general.

**Ent. 11:** "Jo crec que hi ha tota una sèrie de missatges que sorgeixen de les empreses, normalment, però que s'estan perdent. Que no s'ajusten els *Telenotícies* a la realitat. A veure, hi ha sensacions dins dels treballadors, de les empreses, dels moviments, des de la pèrdua de llocs de treball, els intents de regulació ... Una mica el que hi ha al darrere de les xifres dures... (...), que això moltes vegades els *Telenotícies* no ho recullen.

Sí que és veritat que després hi ha informatius: un *30 minuts*, un *Informe semanal* a La Primera, que aprofundeixen molt més i llavors sí que van al 'moll de l'os' de les realitats de les persones. Però el *Telenotícies* es queda en els números, molts vegades. Els costa baixar... A veure, m'explico: de vegades es queden molt en l'anècdota, és a dir, van a buscar l'exemple tipus xou. És a dir, aquella embarassada que ha estat assetjada a l'empresa. L'immigrant que no sé què... i es perden en el que és la realitat de la massa social ... Què passa al darrere d'uns treballadors que han perdut llocs de treball després de lluitar a l'empresa durant mesos i que són treballadors? I a més d'una empresa amb un producte de qualitat, que tenia els diners necessaris i no ha apostat i ha perdut. Què passa amb aquesta gent? Totes les seves frustracions, com molts

abandonen inclús la possibilitat de buscar feina... Tot això els informatius no ho segueixen (...). El que passa darrere de les xifres moltes vegades no s'explica.

Jo crec que els informatius haurien d'entrar una mica més en el que és la realitat de la persona, de la persona real. No tant en l'anècdota, que és molt bonica i és el que ven, sinó en la gent que, en definitiva, nosaltres hem descobert en les últimes dades de l'EPA [Enquesta de Població Activa del Instituto Nacional de Estadística], la dada oficial que hi ha 60.000 persones a Catalunya que han decidit no buscar feina: han abandonat la recerca de feina, perquè estan decepcionats amb el sistema. Això no apareix per cap lloc. Aquests han desaparegut dels informatius i del món”.

**Ent. 12:** “És veritat que aquests últims anys han tingut més visibilitat els sindicats segurament per la crisi. Hi ha moltes empreses que han caigut. Lògicament, ens ha donat un paper com a referent per explicar el que passava, l'altre costat de l'empresa. I això ens ha donat notorietat. Però el que passa és que sempre és una notorietat vinculada (i això és la nostra batalla) a àmbits que negativitzen al final, de carambola, la nostra imatge. Perquè sempre que apareixem ho fem perquè denunciem alguna cosa o perquè una empresa tanca o ho fem per criticar alguna mesura del govern...

En general, la nostra imatge corporativa tendeix a ser conflictiva. Al cap i a la fi, al pas dels anys, això ha deixat un pòsit i nosaltres només comptem, per dir-ho així, en general, quan precisament anem a la contra. Llavors positivitzar la imatge dels sindicats és complicat per aquesta raó, pel (...) que hem desenvolupat de (...) la nostra activitat, de denúncia. Però [som] moltes més coses.

Explicar tota la diversitat existent d'un sindicat, que inclús pot positivitzar la nostra imatge, és complicat, perquè moltes vegades no pots obrir aquest espai. El rol ja està predeterminat i els periodistes esperen això de tu. Quan tu surts d'aquest esquema, o intentes sortir-te d'aquest esquema, per dir alguna cosa, 'no et compren' o 'et compren menys'. Jo no crec que sigui culpa dels periodistes

d'informatius, en aquest cas dels periodistes de TV3. Jo crec que és més pel nostre haver. (...)

Nosaltres ens hem de convertir en més interessants i no en més importants. Ja ho som. I això és legal. I, llavors, hem de ser capaços d'inventar, per dir-ho així, els criteris informatius nostres. O elaborar uns discursos molt sindicalitzats i convertir-los en més intel·ligibles per a la gent, per als periodistes”.

Des de l'òptica d'un dels sindicats amb menor nombre d'afiliats que els sindicats majoritaris, la cobertura dels temes es veu realment diferent:

**Ent.13:** “En principi és el que et dic... És com molt... ‘Mira aquesta gent com es queixa...’ És com una desacreditació dins del que és la informació (...) [En cas de manifestacions] que nosaltres calculem que hem pogut arribar a... [ser tantes persones], els mitjans de comunicació normalment acostumen a [presentar les xifres de manifestants] retallades.

(...) tornant al tema que us estava explicant, fent cas omís o desacreditant les lluites que nosaltres tenim... Considerem que és una lluita legítima, pel que cal lluitar i en aquest sentit ningú no té per què desacreditar una lluita... en campanyes de lluita contra la situació que s'està vivint a Chiapas a nivell internacional, el tema de (...) la pèrdua de drets sindicals i drets socials i laborals, sens dubte.”

Per part dels responsables d'ONG enquestats, la percepció de la cobertura dels temes és la següent:

**Ent. 15:** “ vénen amb una deliberada elecció, que és “TV3, la televisió de Catalunya”. Les coses que passen aquí han d'aparèixer [independentment de] (...) la transcendència real que puguin tenir. És una cosa que passa a tots els àmbits. I encara TV3..., a Catalunya Ràdio això ja és elevat a la [màxima] potència, a nivell públic...

Aleshores aquí, *mutatis mutandi*, el que ens passa a nosaltres, és que com que les nostres actuacions generalment són a fora, Unicef, o Oxfam, o totes aquestes... no hi podem tenir mai accés, per definició, a *La Marató* de TV3. Mai hi podrem tenir accés.

*La Marató* de TV3 està pensada per organitzacions (...) que facin activitat a Catalunya. No es pot optar a les ajudes. Les bases ja estableixen que han de ser tal fundació, tal història, tal malaltia,... d'ajudar econòmicament aquí. En canvi, 'vosaltres no ho feu aquí', per tant, fora. Amb independència que el mal de Chagas estigui aquí dintre, per exemple".

**Ent.16:** "És molt difícil col·locar notícies d'altres països si no són realment molt grans. Si al terratrèmol de Xina hi va haver milers de morts i molta gent afectada, la vida d'aquesta notícia va ser de 3-4 dies (...).

Un altre tema molt important és l'accés, en el cas de les notícies d'Internacional. Hi ha vegades que passen desastres o catàstrofes en zones en les quals no hi ha cap mitjà. De vegades els materials no són suficients per un *Telenotícies*. El recurs és posar una foto [del periodista, del corresponent o de l'enviat especial] i un mapa. Es va fer / es pot fer en una notícia del Congo, ho pots justificar. Però el Chaco... Jo crec que hi ha la complicació de determinats temes o de determinats conflictes [dels que anomenem] oblidats. Darfur, per exemple. (...) Ho tenim més fàcil quan fem un cas de notícia política o quan [hi ha una pràctica] rebel a la zona de Darfur, o del Txad, perquè hi ha més sensibilitat sobre aquesta temàtica, sobre aquest conflicte.

El tema de las colònies també marca els mitjans nacionals... A Espanya tenen més acceptació les notícies d'Amèrica Llatina, pel vincle cultural i la immigració, que algunes (...) d'Àfrica".



Des de l'àrea de comunicació de la coordinadora d'ONG, els periodistes pateixen d'una certa incomprensió de la feina d'aquestes organitzacions:

**Ent. 18:** “Nosaltres estem fent una feina molt professional i molt de *lobby*, a nivell d'organismes internacionals. Tanmateix, el que surt a la premsa és el que és molt més fàcil pels periodistes de col·locar en el seu imaginari sobre temes de cooperació (apadrinaments, emergències, projectes d'ajuda mèdica ...). I això és només un 3% de la feina que fem. I aquest és el nostre gran problema amb els mitjans.

Els periodistes, com que no entenen res del sistema de cooperació internacional, (...) sí que el que visibilitzen són aquests projectes concrets, o aquesta assistència humanitària. [D'aquest 3% de notícies sobre cooperació i desenvolupament, les ONG només són protagonistes del 8%]. Sí que aquest 8% d'informacions són les millors, les millors treballades, les que evidencien que els periodistes ens visibilitzen clarament com a actors de cooperació per al desenvolupament. Millor a nosaltres que inclús Nacions Unides. Això és una de les conclusions positives. (...) Però no perquè Nacions Unides ho faci pitjor i nosaltres millor, sinó perquè els periodistes entenen millor el que nosaltres fem (...) que no pas el que fa Nacions Unides.

El problema de fons és que els periodistes no han entès com funciona el sistema de cooperació internacional (ni les seves implicacions, les seves vinculacions polítiques i econòmiques, les interioritats de tot aquest treball ni el de Nacions Unides. Aquesta és la part dolenta. (...) Nosaltres en aquesta foto sortim ben parats, perquè [els periodistes] no entenen la complexitat del tema. (...)”

Finalment, per a la federació d'entitats per al suport i la col·laboració amb els immigrants, el tractament dels temes d'immigració està relacionada amb la idea de diversitat:

**Ent. 19:** “Jo crec que la immigració no escapa del tractament que es dona a tots els temes de la diversitat. (...) Compte amb la reivindicació (...) de la diversitat: pot ser una eina de doble tall. D’una banda, els diversos. Hi ha un menú de diversos, amb persones que són diferents. Tenim l’immigrant (pot ser aquest negre que té més accent de divers que un blanc d’una procedència [raça] ètnica (...)). Pot ser divers o més divers. I si és una dona negra, més encara.

Hi ha unes categories, indicació de tot tipus. (...) Hi ha un divers per orientació sexual; hi ha un divers per discapacitat física; hi ha un divers, ara, per desocupat. Aquest divers intenta ser reconegut.

De l’altre costat, quan es busca el divers, es busca amb trampa. Forma part d’un menú de la diversitat. (...) Nosaltres volem parlar de normalitat”.

### **5.c. La interacció entre els departaments o gabinets de comunicació i els periodistes**

Les relacions dels responsables de comunicació amb els periodistes són una de les principals bases per un intercanvi fluït d’informacions. La majoria de responsables dels departaments i gabinets de comunicació que hem entrevistat han mostrat el seu reconeixement cap a la tasca dels Serveis Informatius de TV3, en el marc de l’oferta televisiva i de programació actual. De la mateixa manera, la majoria d’entrevistats han expressat la seva satisfacció cap als responsables concrets de les diferents seccions dels *Telenotícies* i de les àrees de treballs amb les que es relacionen.

**Ent. 10 :** “El bo que té TV3 és que, a part de (...) tenir una estructura, és que tenen recursos i es preocupen 'per'... [la informació d’Economia] (...). A part de la informació econòmica que té el *TN*, com una petita part d’Internacional, de Política, d’Esports... Tenen el programa *Diners*, que va sortir abans que

comencés la crisi econòmica aquí (...) També al canal 33 tenen un altre programa, *Valor afegit*, que també tracten temes d'economia...

M'imagino que com a televisió pública autonòmica també han estat més sensibles a certes informacions que les delegacions a Barcelona i Catalunya, de televisions nacionals no poden ser-ho, per aquesta limitació d'estructura i de personal.

Així com la relació que tenim amb TV3, amb els periodistes, ens coneixem tots, els d'Antena 3 puc dir que els conec per televisió, però puc dir que he parlat amb ells dues vegades. I Telecinco més o menys el mateix. Però clar, també és un personal que rota molt....”.

**Ent. 11:** “Nosaltres (...) vull puntualitzar una cosa... abans de fer la reflexió que és que [el nostre] gabinet de comunicació té una doble funció: una, la que faria un partit polític: la ‘venda’ del seu líder, que en definitiva és el que ens toca, evidentment. Jo com a cap de premsa vull col·locar al meu líder en tots els espais que pugui, amb el seu missatge. I, evidentment, aquí sí que hi ha un paper molt clar que és com un representant, com un poder fàctic que entra als informatius, està molt clar... Però nosaltres també, a més, fem de gabinet de premsa de tots els sectors i territoris que tenim a tot Catalunya. Amb la qual cosa, fins a l'última empresa, tenim l'obligació d'intentar donar-li veu en els mitjans de comunicació. Totes les tasques que tenim les vull diferenciar dels partits polítics, que tenen responsables de premsa dedicats exclusivament al seu líder. No és el cas (...).

Sí que és cert que hi ha molts altres companys d'altres gabinets de premsa que et diuen: quina sort que nosaltres molt camí ja ho tenim fet, no? Tenim moltes més peticions que accions que nosaltres hem de fer perquè surti el representant. És a dir, tenim més feina de discernir on el col·loquem que no pas totes les peticions que tenim, perquè ens ho demanen de tot arreu, ja que és una mica repartir la feina: no només portar al líder, sinó que hi ha un altre membre de la

direcció que pot fer aquesta funció en representació del nostre sindicat de Catalunya. I aquesta és una mica la feina que ens correspon a nosaltres: decidir on va el secretari general i on enviem altres membres de la direcció.”

**Ent. 12:** “A nosaltres ens ha passat molt sovint. I a vegades hem tingut millors èpoques. I a vegades pitjors èpoques. Amb cobertura... Nosaltres tenim un nivell de presència a TV3, com us deia, raonable. Segurament menys del que ens agradaria, però això a qualsevol que li preguntis et dirà el mateix. Però Déu n’hi do del nivell de presència i a la xarxa. Això no vol dir que no hi hagi històries que no t’hagin pogut cobrir o que la seva escaleta hagi decidit que no és prou interessant.

Perquè els periodistes també tenen lògiques de treball molt determinades. També el temps, els espais, són el que són. Al migdia [el *TN* dura una mica més que el *TN Vespre*] (...). Això són decisions d’empresa, que segurament nosaltres no compartim. No necessàriament més espai vol dir més tractament dels sindicats. El tractament de l’àmbit de l’economia... Nosaltres tenim una batalleta, no només amb TV3, sinó amb tots els mitjans, perquè la informació que pesa és la informació macro, la informació financera, informació corporativa. Hi ha poca informació social de l’àmbit laboral i quan n’hi ha... està associada a crisi, conflictes,... O quan hi ha empreses que tanquen. Dit això, jo penso que més enllà que això sigui així, també s’han de repartir les culpes.

I torno una mica al discurs que feia abans. Nosaltres podem instal·lar-nos en un discurs amb una autoimatge. ‘Nosaltres som molt importants,... [els mitjans] passen de nosaltres, hi ha una conspiració [contra els] sindicats’. Això és fàcil de fer. O pots tenir una actitud més proactiva, d’entendre la lògica dels mitjans, d’entendre les lògiques laborals, professionals també, i veure en les que els periodistes es troben immersos, que cada cop tenen més recursos”.

**Ent. 13:** “Evidentment nosaltres cometem errors i tampoc es tracta d’atribuir-li la part de responsabilitat als mitjans de comunicació. Nosaltres també cometem

errors, moltes vegades causats per la falta de gent i pel funcionament que nosaltres tenim.

Nosaltres no podem tenir un equip de comunicadors, perquè la idiosincràcia del sindicat és diferent a la d'unes Comissions Obreres o UGT , que té unes persones alliberades i que estan treballant en l'àrea de comunicació, i que sí que hi ha un secretari de comunicació, però la feina dura l'estan fent quatre o cinc persones aquí a Catalunya. No sé exactament...

(...) Tenir un gabinet professional de comunicació (...) que té el temps suficient per anar trucant: 'mira, nosaltres el que pensem en aquest tipus de coses és això, això i això'. Aleshores el periodista, com que ha de contrastar la informació (molts dels periodistes no tenen coneixement suficient [de l'àmbit dels sindicats]), dels periodistes que es dediquen al tema laboral.

Evidentment si a mi una persona m'està trucant (...) per dir-me el que pensa d'aquest tema, el més fàcil és agafar i posar-se en contacte amb aquesta persona. Per què? Perquè aquesta persona té la capacitat, a nivell de treballadors, a nivell de gent que està treballant assalariada allà, de poder contactar amb els mitjans de comunicació. Per a nosaltres això és impossible”.

**Ent. 14:** “Aquí, a través nostre, nosaltres tenim una estructura que és l'Àrea de Comunicació... Nosaltres als territoris tenim també uns tècnics, que són els dinamitzadors... Són tècnics que estan contractats (...) que es dediquen a anar (...) al territori i ens donen una mica de suport als de l'Àrea de Comunicació. Nosaltres mai sortim, els tècnics, els treballadors de l'empresa, mai som portaveus. Els portaveus són els sindicalistes, que són pagesos...

(...) Els responsables [del sindicat] fan de portaveus als territoris, a les comarques, que hi ha activitat agrària important. I ells tenen una relació fluïda amb la gent, amb els periodistes (...) I nosaltres tenim una relació més habitual amb la gent.... Hi ha un seguit de temes marcat per l'activitat estacional, com

(...) l'època de la collida de fruita, o la collita del cereal,... Tota una sèrie de coses, que ells ja saben”.

**Ent. 15:** “Quan fem una acció de comunicació és una acció de comunicació de qualitat. Per parlar per parlar no parlem (...). I tot i així tenim escassa [recepció] a l'hora de vendre-ho als *Telenotícies*. Fa molts mesos que no sortim a un *Telenotícies*, a part d'Haití. (...) Sí, però són els editors, els que manen, a la llarga. Però és el que et [us] dic: Dia Internacional de la Malària. Hi havia un comunicat [de la nostra organització] potent. Potent”.

**Entr. 16:** Una part de la nostra feina és treballar *unbranded*, és a dir, ‘sense marca’. Treballo amb mitjans. Sobretot a països on nosaltres tenim gent treballant i poden tenir risc per la seva seguretat personal. Per a mi, això és una feina de mitjans. El plantejament que tenim des de la meva organització del treball de mitjans no és sortir gaire en els mitjans, és aconseguir canvis. Ajudar l'organització, la gent d'‘advocacy’ (aquí hi ha molta feina de ‘ciència política’ i ‘advocacy’). Moltes vegades és dir: ‘jo et passo aquest informe i t'explico tot això, però no parlis de mi, perquè tinc gent treballant allà i pot haver-hi represàlies o ens poden fer fora. Però és que això s'ha de denunciar. (...) Per a mi, aquesta és una feina molt més important, que el fet de sortir. Hi ha moltes organitzacions que treballem així, no només nosaltres.

I això té un valor afegit, que de vegades no es valora, perquè si no surts, teòricament la gent no sap què fas i no et donarà diners o no confiarà en tu. Però el soci que tenim és un soci que entén la nostra feina, amb un perfil diferent, o que accepta que no tot el que fem hagi de sortir als mitjans. Potser no sortirem com d'altres, però no és sortir, és aconseguir canvis. Si per aconseguir que es parli d'alguna cosa jo no haig (...) [d'aparèixer a cap mitjà], doncs jo no sortiré.”

**Entr. 17:** “Jo el que veig és que hi ha com dues categories: les ONG grans, amb més recursos, que poden tenir un gabinet de comunicació més o menys estable, (..) que treballa en tots aquests temes. I llavors hi ha les organitzacions més mitjanes, petites, que no s'ho poden permetre o que no aposten per això. Jo crec

que està demostrat que les ONG que treballen en això d'una manera més potent, aconsegueixen resultats. Aleshores, qualsevol tema de professionalitzar- la comunicació de les ONG, que sigui una part més de la gestió d'una ONG, això, per descomptat.

Jo crec que això de posar cara (...), o sigui, baixar a un testimoni personal,... És a dir, denunciar una situació de drets humans en abstracte, es fa estrany. Però si li poses un nom, un cognom i tens un testimoni personal, això –sobretot per a televisió- ajuda moltíssim. Que puguin entrevistar una mare colombiana que el seu fill... Això ajuda molt més que denunciar, en genèric, les violacions de l'exèrcit.

Com [que la nostra organització] treballa normalment casos personals (*'fulanito de tal... detenido...*), això ajuda bastant a visualitzar (...) els problemes, els abusos de drets humans amb testimonis. Jo crec que ajuda. En temes de cooperació no sé com ho plantegen, potser és més difícil, però en temes de drets humans és molt fàcil, perquè darrere d'un abús, sempre hi ha una persona detinguda.

Ajuda, també, jo crec, sense bombardejar, que la informació s'acompanyi amb informació de context. En aquest sentit, com [que la nostra organització] funciona, bàsicament, elaborant informes, va molt bé quan parles d'un cas, presentar el cas, la nota de premsa, aquí té el cas personal, però després avalat per un informe. Els nostres informes són de 30 o 40 pàgines, estan molt ben elaborats. Són informacions de mesos d'investigació. I això dóna una mica de relleu, de serietat. (...)

Ajuda moltíssim. Perquè té allà tota la informació: la història personal, material de context... Amb això ja li dones pràcticament una mica mastegadet. Però és cert que ajuda. Dóna la sensació de notícia amb fons. I que és igual per a informacions més llargues, no solament la típica notícia de tall d'informatiu de 45 segons. Això ho fem aquí: historia personal, més tot un *background* d'informació, l'"informe", que anomenem nosaltres.

I aleshores, també, aquí es treballa bastant tot el tema de *portavocia*. Tot el que llencem als mitjans, tenim un equip de portaveus, que no només és l'equip de comunicació, sinó que són gent voluntària o activistes de l'organització, que estudien el tema, que coneixen el tema, que s'especialitzen en països. (...) Tenim portaveus especialitzats en Xina, en els Estats Units, en Guantánamo, en Cuba. És a dir, que quan movem algun tipus d'informació, si hi ha una sol·licitud per part de TV3 o d'algun altre mitjà tenim dos, tres persones que realment poden exercir de portaveus, amb criteri. I això és bàsic. Llançar informació als mitjans i que llavors la resposta, [quan] et demanen declaracions, sigui pobre, o només llegeixis el que has enviat, has d'anar una mica més enllà, que pugui respondre preguntes, que conegui bé l'històric del país... I això, aquí, està bastant ben muntat..."

**Ent. 18:** "TV3 són del millor que hi ha en el panorama informatiu, però (...) costa molt entrar allà. (...) Només faria falta anar fent calar enfocaments de mirada d'alguns temes.

(...) De periodistes tenim dos grans periodistes: el que s'apropa i que tot li està bé ... (al tercer sector en general), que et treuen a tu i a qualsevol ONG que tingui un amic seu. I l'altra mirada és la del desconfiat absolut, que també hi és a TV3. I que ho sabem. De quan a nivell de producció de programes o d'oferir programes a la graella, si tu vas amb una proposta com a ONG, te la tiren endarrere automàticament. Perquè hi ha una sèrie de persones que entenen que les ONG depenen de finançament públic i 'aleshores totes tenen interessos i no són objectives ni independents i aleshores no les volem amb nosaltres'.

Aquesta mirada afortunadament és minoritària. (...) Qualsevol productor independent [pot tenir més oportunitats, encara que no domini els temes de cooperació, que una ONG] (...). A nosaltres ja ens veuen com a representants d'un sector, d'una problemàtica, ens veuen com un agent privat amb interessos propis... (...) Entre el que no es fia de nosaltres, perquè ens veu com si fóssim un partit, una mica de raó tenen..., però no tanta, i els que se'ns apropen com si



fóssim germanetes de la caritat ...i no són capaços de vendre res més... No, la majoria de feina està al mig,... (...) Necessitem ni aquesta mirada ni aquesta altra mirada (...). *Molta* culpa del que ha passat és nostra.

La informació se'ns ha contaminat de propaganda. (...) Nosaltres hem de poder sortir als mitjans i poder exigir als mitjans que cobreixin Etiòpia, que tinguin gent que sàpiga d'Etiòpia, no que siguem nosaltres els que actuem com a corresponsals”.

## 6. CONCLUSIONS

Les funcions dels mitjans de comunicació en una democràcia són: facilitar informació sobre els fets principals que afecten la societat, vigilar l'exercici del poder i proveir d'un espai de discussió i de circulació d'idees. De la qualitat de la informació, de la possibilitat que el públic pugui conèixer, comprendre i interpretar els fets més importants dependrà, entre altres factors, la qualitat de l'opinió pública.

Els grups d'interès i els moviments socials aporten propostes per al futur d'alguns sectors de la societat o per al conjunt de la societat. Les seves propostes són tan variades com ho són les formes organitzatives, els recursos polítics i els econòmics. Les estratègies de pressió i de negociació varien en funció de les oportunitats polítiques. Ara bé, la capacitat dels grups i dels moviments socials per fer-se sentir és molt desigual. Els grups i els col·lectius més petits difícilment poden generar l'activitat necessària per a accedir als mitjans i articular la seva veu en l'esfera pública política.

A partir de l'anàlisi de contingut de sis setmanes d'emissió del *TN Migdia*, *TN Vespre*, *TN Migdia* i *TN Vespre Cap de Setmana*, elegides aleatòriament entre els mesos de setembre de 2009 i febrer de 2010, hem conclòs que la cobertura sobre els grups d'interès se centra sobretot en les organitzacions més grans, les que poden garantir una major fiabilitat com a fonts d'informació i tenen més recursos dedicats a la comunicació institucional. Els grups petits i els moviments socials tenen, en canvi, una presència menor i, en la majoria de casos, apareixen en situacions de conflicte, o en accions col·lectives de reivindicació dels seus objectius o interessos.

Els resultats de l'anàlisi dels 83 programes dels *Telenotícies* han posat de manifest que no hi ha una regularitat en el nombre de peces informatives en què apareguin els grups d'interès i moviments socials. Normalment, en el *TN Migdia* els valors oscil·len entre el 7% i el 11%, excepte en els mesos de novembre i desembre, en què les notícies sobre la crisi econòmica, l'editorial de dotze diaris catalans a favor de l'Estatut i les consultes sobre la independència quasi dupliquen aquests valors. En el *TN Vespre* la presència dels grups d'interès i moviments socials és major, entre un 9% i un 13%, llevat també dels mesos de novembre i desembre, en els quals es produeix un augment significatiu. El *TN Migdia Cap de Setmana* i el *TN Vespre Cap de Setmana*, en canvi, no mostren cap regularitat.

Les peces informatives en què els grups d'interès i moviments socials es presenten com a actors de la informació acostumen a situar-se en les seccions de Política, Economia, Internacional i Societat. Entre el 20% i el 25% del total d'unitats de la mostra apareixen destacades en el sumari d'entrada i aquesta proporció es quasi la mateixa en tots els *Telenotícies*. El format acostuma a ser (amb més del 60% dels casos) de notícies narrades en el plató pel presentador, amb veu en *off* i emissió de vídeos.

En el *TN Migdia* i *TN Vespre* les peces es caracteritzen per una presència major d'actors polítics, això vol dir que la noticiabilitat dels grups d'interès i moviments socials està directament relacionada amb les institucions polítiques. En canvi, en els *TN Migdia* i *TN Vespre Cap de Setmana* s'emfatitza sobretot les associacions polítiques, plataformes ciutadanes i grups en defensa de l'interès públic general (ONG).

A grans trets, es podria dir que la tendència a la personalització, és a dir, que la informació es centri fonamentalment en els líders de les organitzacions, és parcial en el cas dels grups d'interès. En un terç de les unitats de la mostra es

posa de manifest que els líders de les organitzacions són els protagonistes de la informació, però es delimita principalment a una part de les informacions relacionades amb els sindicats i les organitzacions empresarials. En aquest aspecte, el tractament dels líders de les organitzacions empresarials i els líders dels sindicats majoritaris és similar al dels actors polítics.

En tots els *Telenotícies*, més de la meitat de les peces informatives relacionades amb els grups d'interès i moviments socials fan referència a conflictes i aquesta proporció és lleugerament més elevada en els *Telenotícies Cap de Setmana*. En un terç de la mostra d'estudi, el conflicte es manifesta a través de declaracions, i en un altre terç ho fa mitjançant d'un ampli repertori d'estratègies dels grups que habitualment no disposen de vies ordinàries de resolució de conflictes (manifestacions, concentracions, vagues de fam, *performances*, etc.). La localització geogràfica, aproximadament en un 50% dels casos, és Barcelona i Catalunya.

Entre els temes d'informació destaquen, en primer lloc, a tots els *Telenotícies*, la crisi econòmica, els conflictes laborals (com una expressió més del tema anterior) i els temes relacionats amb la política nacional o internacional.

D'acord amb les entrevistes realitzades a nou professionals de la informació, es pot dir que estan d'acord en un cos fonamental de principis relatius al tractament dels grups d'interès i moviments socials, encara que amb sensibilitats diverses. Entre els pressuposts que formen part de la cultura professional, en destaquen fonamentalment dos. El primer és la pressió del temps sobre les tasques quotidianes en molts aspectes: en el tema, en el format, en l'aprofundiment i en la durada de les peces, entre d'altres. El segon és la disposició d'imatges i l'organització de recursos per a la captació d'imatges.

Tanmateix, hi ha percepcions i sensibilitats diferents quan els professionals de la informació tracten sobre altres aspectes com: la noticiabilitat, la pluralitat i les fonts d'informació. Els criteris de noticiabilitat respecte als grups d'interès i moviments socials són els mateixos que s'apliquen a la resta de fets o esdeveniments: l'interès general, la novetat, la rellevància, etc. No obstant això, en certes ocasions la novetat pot convertir-se en un producte altament tipificat. En la majoria de casos, els grups d'interès i moviments socials s'insereixen en temàtiques en què les peces informatives estan molt estandaritzades: negociació entre govern i agents socials, catàstrofes naturals, conflictes laborals, informes, o notícies 'toves' d'interès humà.

La pluralitat és un dels valors més importants de la informació, però la seva interpretació està vinculada a molts factors, no només a la diversitat de temes, de protagonistes, etc., sinó també a l'accés als mitjans de comunicació públics. L'accés dels grups polítics i socials és delimitat pels organismes que dirigeixen i regulen la televisió pública.

En el cas dels actors polítics, l'aplicació dels valors de representació parlamentària a la informació pot respondre a pautes objectivables, però els criteris no són tan clars quan es traslladen a altres àmbits socials.

En el marc de la cultura professional periodística, els grups d'interès i els moviments socials són representatius en funció de la seva implantació social. Això vol dir que les fonts d'informació acostumen a ser les organitzacions amb més recursos, amb major nombre d'afiliats o les que compten amb més prestigi, ja que també acostumen a ser les que garanteixen una major fiabilitat en les seves anàlisis i aportacions.

Des de l'altra banda, des de l'òptica dels grups d'interès i els moviments socials, es tendeix a professionalitzar les relacions amb els mitjans a través de

departaments o gabinets de comunicació. L'objectiu és fer eficaç la comunicació institucional i aconseguir el màxim suport de l'opinió pública per als seus objectius. Els recursos econòmics dels quals disposa l'agrupació són, aleshores, determinants per a professionalitzar les seves activitats comunicatives. Per als grups més petits, la dificultat de tenir portaveus estables o no tenir i/o exercir pràctiques comunicatives (notes de premsa, comunicats, etc.) pot ser un inconvenient important.

La diversitat de grups d'interès presenta una problemàtica variada i les seves actituds cap als mitjans de comunicació tenen tants matisos com tipus d'organització hi ha entre aquests grups. En general, les organitzacions majoritàries consideren els *Telenotícies* de TV3 un producte de qualitat en el context del sistema comunicatiu actual de Catalunya. Els departaments de comunicació de la majoria d'aquestes organitzacions, amb alguna excepció, estan satisfets dels fluxos de comunicació establerts amb els professionals dels *Telenotícies*. L'excepció és la percepció, d'alguna d'aquestes organitzacions, de l'excessiu pes que es dona a la procedència de les informacions, prioritàriament de Catalunya, i no a la importància periodística objectiva dels temes.

Les reflexions dels professionals dels departaments i gabinets de comunicació entrevistats suggereixen dos elements importants a considerar: un excessiu pes de la política i de les notícies de declaracions. Això és en detriment d'un aprofundiment sobre els problemes reals de la majoria dels ciutadans o la creació d'estereotips en les informacions lligades a grups i accions, com per exemple, en el cas dels sindicats.

Des de l'òptica de les ONG, la noticiabilitat radica, sobretot, en els esdeveniments externs vinculats a catàstrofes, ja siguin naturals, de caràcter humanitari, o bé situacions en les quals es produeix un perjudici manifest dels drets humans. Llavors, quan es donen aquestes situacions, el que prima per al

mitjà televisiu és que les ONG puguin disposar d'imatges, que els facilitin l'accés als països afectats, o la posada en comú de coneixement contrastat sobre la realitat política i social d'aquests països, etc.

Les estratègies dels departaments i gabinets de comunicació són, principalment, les de facilitar la feina periodística en l'àmplia gamma de situacions: en la cobertura d'un fet concret, en la cobertura d'esdeveniments d'altres països, en la formació sobre els països en els quals estan implantats, etc. Sovint, la noticiabilitat també pot venir dels informes sobre l'estat de la qüestió a nivell mundial entorn als objectius que es proposen, la presència de *celebrities*, etc. En general, totes elles són tàctiques de comunicació institucional bastant generalitzades.

Pels grups d'interès amb menys recursos, com és el cas dels responsables de comunicació d'organitzacions més petites, el punt de vista pot estar a les antípodes. Així, es qüestiona el tractament de favor que es dona, en quant a la cobertura, als sindicats majoritaris; es retreu la falta de visibilitat de la cooperació internacional, i es discuteix la interpretació de les polítiques sobre diversitat cultural.

Fins aquí, tota la reflexió fa referència als grups amb veu en l'esfera pública política. Tot i la percepció subjectiva dels responsables que hem entrevistat, que els seus respectius grups tenen un tractament més o menys favorable, la veritat és que tots tenen una certa visibilitat. Els grups i moviments socials que no tenen accés als mitjans difícilment podran articular la seva veu si no intenten comprendre la lògica de funcionament de la informació televisiva i, en aquest cas concret, de la televisió pública.

Possiblement, l'optimització dels processos de comunicació entre els grups d'interès/moviments socials i els professionals de la informació, i viceversa, podria redundar en un tractament amb més claus interpretatives als ciutadans.

Des del punt de vista dels periodistes, de vegades molt centrats en els aspectes institucionals (en general en totes les seccions), el recurs a aquests grups, una cop comprovada la seva fiabilitat, els permetria aprofundir en els canvis socials i ampliar el seu coneixement dels problemes sobre el terreny.

Des de l'òptica dels grups/moviments, l'establiment d'una estructura estable de portaveus, podria contribuir a generar notícies, encara que també en aquest cas caldria qüestionar-se quin tipus de notícies. En ocasions, els criteris de noticiabilitat dels departaments i gabinets de comunicació s'adeqüen a les rutines del treball periodístic i reforcen, al seu torn, les dinàmiques productives de les redaccions. El repte es planteja, llavors, en oferir nous enfocaments per explicar la realitat social.



## 7. REFERÈNCIES

BENNET, W. L.; ENTMAN, R. M., eds. *Mediated politics: Communication in the future of democracy*. New York: Cambridge University Press, 2001.

BLUMLER, J., ed. *Televisión e interés público*. Barcelona: Bosch, 1993 [e.o.: 1992].

BERELSON, B. *Content Analysis in Communication Research*. Nova York: The Free Press, 1952.

BEYME, K. von *Los grupos de interés*. Buenos Aires: Belgrano, 1986 [e.o.: 1980].

CANEL, M. J.; SÁNCHEZ-ARANDA, J. J. "La influencia de las actitudes profesionales del periodista español en las noticias". A: *Anàlisi*. Barcelona: Departament de Periodisme i de Ciències de la Comunicació de la Universitat Autònoma de Barcelona, 1999, núm. 23, p. 151-170. [En línia].  
<<http://ddd.uab.cat/pub/analisi/02112175n23p151.pdf>> [Consulta el 5 de maig de 2010]

CAPELLA, J. N. "Cynicism and Social Trust in the New Media Environment". A: *Journal of Communication*. Cary [Regne Unit]: Oxford University Press, 2002, vol. 52, p. 229-241. [En línia].  
<<http://www3.interscience.wiley.com/cgi-bin/fulltext/118909293/PDFSTART>> [Consulta el 24 de juliol de 2009]

COMISIÓ DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS "Seguimiento del Libro Verde *Iniciativa europea en favor de la transparencia*". Brussel·les, 21/3/2007: COM(2007) final. {SEC(2007) 360}. [En línia].  
<[http://ec.europa.eu/transparency/eti/docs/com\\_2007\\_127\\_final\\_es.pdf](http://ec.europa.eu/transparency/eti/docs/com_2007_127_final_es.pdf)> [Consulta el 17 de maig de 2010]

COOK, T. E. *Governing with the News: The News Media as a Political Institution*. Chicago: University of Chicago Press, 2005, 2a ed. [e.o.: 1998].

CURRAN, J. "What Democracy Requires of the Media". A: OVERHOLSER, G.; JAMIESON, D. H., eds. *The Press*. Oxford: Oxford University Media Press, 2005, p. 120-140.

COMMISSION ON FREEDOM OF THE PRESS *A Free and Responsible Press. A General Report on Mass Communication: Newspapers, Radio, motion*

*Pictures, magazines, and Books*. Illinois: University of Chicago Press, 1947. [En línia]. <<http://www.archive.org/details/freeandresponsib029216mbp>> [Consulta el 3 de juliol de 2010]

CONSELL DE L'AUDIOVISUAL DE CATALUNYA *Informes sobre l'observança del pluralisme polític a la televisió i a la ràdio*. Barcelona, setembre de 2009 a febrer de 2010. [En línia].  
<<http://www.cac.cat/web/actuacions/index.jsp?Njk%3D&MQ%3D%3D&L3dlYi9hY3R1YWNpb25zL2xsaXNOYXRDb250ZW50&NQ%3D%3D>> [Consulta el 20 de maig de 2010]

CONSELL DE L'AUDIOVISUAL DE CATALUNYA *Estudi d'opinió pública sobre els mitjans audiovisuals de Catalunya 2010*. Barcelona, 2010. [En línia].  
<<http://www.cac.cat/web/recerca/estudis/llicitat.jsp?MjU%3D&MQ%3D%3D&L3dlYi9yZWNIcmNhL2VzdHVkaXMvbGxpc3RhbmVbnRlbnQ%3D>> [Consulta el 14 de juliol de 2010]

CORPORACIÓ CATALANA DE MITJANS AUDIOVISUALS “Carta de Principis per a l'Actuació dels Mitjans de Comunicació de la CCRTV”. Actualització aprovada pel Consell d'Administració el 28 de març de 2006. [En línia].  
<[http://www.ccma.cat/regulacio/regulacio\\_estatut\\_profesional\\_cat.htm](http://www.ccma.cat/regulacio/regulacio_estatut_profesional_cat.htm)> [Consulta el 2 de març de 2010]

CORPORACIÓ CATALANA DE MITJANS AUDIOVISUALS “Estatut professional dels mitjans de comunicació”. Text modificat, aprovat pel Consell d'Administració de la CCRTV el 14 de desembre de 2006. [En línia].  
<[http://www.ccma.cat/regulacio/regulacio\\_estatut\\_profesional\\_cat.htm](http://www.ccma.cat/regulacio/regulacio_estatut_profesional_cat.htm)> [Consulta el 2 de març de 2010]

DIARI OFICIAL DE LA GENERALITAT DE CATALUNYA *Llei 10/1983, de 30 de maig, de creació de l'ens públic Corporació Catalana de Ràdio i Televisió i de regulació dels serveis de radiodifusió i televisió de la Generalitat de Catalunya*. DOGC núm. 337 – 14/06/1983. [En línia].  
<[http://www4.gencat.cat:82/basisbwdocstotal/cframes\\_recerca.htm](http://www4.gencat.cat:82/basisbwdocstotal/cframes_recerca.htm)>. [Consulta: 2 de març de 2010]

DIARI OFICIAL DE LA GENERALITAT DE CATALUNYA *Llei 2/2000, de 4 de maig, del Consell de l'Audiovisual de Catalunya*. DOGC, núm. 3133, 05/05/2000. [En línia].  
<[http://www4.gencat.cat:82/basisbwdocstotal/cframes\\_recerca.htm](http://www4.gencat.cat:82/basisbwdocstotal/cframes_recerca.htm)> [Consulta el 2 de març de 2010]

DIARI OFICIAL DE LA GENERALITAT DE CATALUNYA *Llei 22/2005, de 29 de desembre, de la comunicació audiovisual de Catalunya*. DOGC núm. 4543 - 03/01/2006. [En línia].

<<http://www.gencat.cat/diari/4543/05363034.htm>> [Consulta el 2 de març de 2010]

DIARI OFICIAL DE LA GENERALITAT DE CATALUNYA *Llei 11/2007, d'11 d'octubre, de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals*. DOGC núm. 4990 – 18/10/2007. [En línia].

<<http://www.gencat.cat/diari/4990/07282047.htm>> [Consulta el 2 de març de 2010]

DOYLE, G. *Media ownership*. London: Sage, 2002.

ESTRADA, A. “La supervisió del pluralisme informatiu en la ràdio i la televisió a Europa”. A: *Quaderns del CAC*, Barcelona: Consell de l'Audiovisual de Catalunya, 2006, núm. 26, p. 17-27.

EUROPEAN COMMISSION, Directorate-General Information Society and Media. *Independent Study on Indicators for Media Pluralism in the Member Status-Towards a Risk-Based Approach. Final Report*. Leuven, July 2009. [En línia].[http://ec.europa.eu/information\\_society/media\\_taskforce/doc/pluralism\\_study/final\\_report\\_09.pdf](http://ec.europa.eu/information_society/media_taskforce/doc/pluralism_study/final_report_09.pdf) [Consulta l'11 d'octubre de 2009]

FINER, S. E. *El imperio anónimo*. Madrid: Tecnos, 1966 [e.o.: 1958]

GAMSON, W. *Talking Politics*. Cambridge: Cambridge University Press, 1992.

GANS, H. J. *Deciding What's News. A Study of CBS Evening News. NBC Nightly News, Newsweek and Times*. Evanston, Illinois: Northwestern University, 2004 . 25 th Anniversary Edition [e.o.: 1979]

GANS, H. J. *Democracy and the News*. Oxford, Nova York: Oxford University Press, 2003.

GARDAM, T.; LEVY, D. A., eds. *The Price of Plurality. Choice, Diversity and Broadcasting Institutions in the Digital Age*. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism, 2008. [En línia].

<<http://stakeholders.ofcom.org.uk/binaries/broadcast/reviews-investigations/psb-review/psbplurality.pdf>>

[Consulta el 12 de febrer de 2009]

GENERALITAT DE CATALUNYA, CORPORACIÓ CATALANA DE RÀDIO I TELEVISIÓ *Contracte programa 2006-2009*. Barcelona, 2006. [En línia]. <[http://www.ccma.cat/regulacio/regulacio\\_contracte\\_programa\\_cat.htm](http://www.ccma.cat/regulacio/regulacio_contracte_programa_cat.htm)>.

[Consulta el 2 de març de 2010]

GITLIN, T. *The Whole World is Watching. Mass Media in the Making & the Unmaking of the New Left*. Berkeley, University of California Press, 1980.

GONZÁLEZ LUIS, H. *Estrategias de comunicación en las ONG de desarrollo*. Madrid: CIDEAL, 2006.

GRABER, D. "Mediated Politics and Citizenship in the Twenty-First Century". A: *Annual Review of Psychology*. Palo Alto [California]: AR Journals, 2004, vol. 55, p. 545-571. [En línea].  
<<http://arjournals.annualreviews.org/doi/pdf/10.1146/annurev.psych.55.0909.02.141550>> [Consulta el 14 de setembre de 2009]

HALLIN, D. C.; MANCINI, P. *Sistemas mediáticos comparados*. Barcelona: Hacer, 2008 [e.o.: 2004].

IBARRA, P.; LETAMENDIA, F. "Los movimientos sociales". A: Caminal Badia, M., ed. *Manual de Ciencia Política*. 2ª ed [e.o.: 1996]. Madrid: Tecnos, 2004, 4a reimp., p. 372-402.

JEREZ, M. "Los grupos de presión". A: ÁGUILA, R. Del, ed. *Manual de Ciencia Política*. Madrid: Trotta, 2008, 5a ed. [e.o.: 1997], p. 291-318.

JORDANA, J. "La asociación colectiva y las asociaciones de intereses". A: Caminal Badia, M., ed. *Manual de Ciencia Política*. 2ª ed. [e.o.: 1996]. Madrid: Tecnos, 2004, 4a reimp., p. 290-316.

KLANDERMANS, B. *The Social Psychology of Protest*. Oxford: Blackell Publishers, 1997.

KRIPPENDORF, K. *Metodología de análisis de contenido. Teoría y práctica*. Barcelona: Paidós, 1990 [e.o.: 1980].

MANIN, B. *Los principios del gobierno representativo*. Madrid: Alianza, 1998 [e.o.: 1997].

MOLINS, J. "La teoría de grupos". Working Paper, n. 143. Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona, 1998. [En línea].  
<<http://www.recercat.net/bitstream/2072/1323/1/ICPS143.pdf>> [Consulta el 15 d'abril de 2010]

MONTERO, M. D.; ZELLER, C.; GARCÍA BLANCO, I. "Estrategias mediáticas y cultura profesional: las relaciones entre los medios de comunicación y los movimientos sociales". *Actas y Memoria Final I Congreso Internacional de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación*. Santiago de

Compostel·la: Asociación Española de Investigación de la Comunicación (2008).

NÉVEU, E. *Sociologie des mouvements sociaux*. Paris: La Decouverte, 2002, 3a ed.

OLIVA, L.; SITJÀ, X. *Las noticias en radio y televisión. Periodismo audiovisual en el siglo XXI*. Barcelona: Omega, 2005, 5ª ed. [e.o.:1990]

PARLAMENT DE CATALUNYA “Resolució 612/VIII del Parlament de Catalunya, per la qual s’aprova el primer Mandat marc del sistema audiovisual. Sessió núm. 70, 11.02.2010”. A: *Butlletí Oficial del Parlament de Catalunya*, núm. 636, p. 81, 22/2/2010. [En línia].

<<http://www.parlament.cat/activitat/bopc/08b636.pdf>> [Consulta el 27 de maig de 2010]

PERALTA, M. *Teleinformatius. La transmissió televisiva de l'actualitat*. Barcelona: Trípod, 2005.

RODAS, L. “La visibilitat dels actors socials en la informació”. A: *Quaderns del CAC*. Barcelona: Consell de l'Audiovisual de Catalunya, 2006, núm. 26, p. 43-54.

RUCHT, D. “The Quadruple 'A'”. Media Strategies of Protest Movements Since the 1960s”. A: Donk, W. van de [et al.], eds. *Cyber Protest: New Media, Citizens and Social Movements*. Londres – Nova York: Routledge, 2004, p. 29-56.

SACALUGA, J. A. “Un nou model informatiu per a la televisió pública”. A: *Treballs de Comunicació*. Barcelona: Societat Catalana de Comunicació, 2009, núm. 26, p. 131-146.

SARTORI, G. *Homo videns. La sociedad teledirigida*. Madrid: Taurus, 1998 [e.o.: 1997]

SCHUDSON, M. “The News Media as Political Institutions”. A: *Annual Review of Political Science*. Palo Alto [Califòrnia]: AR Journals 2002, vol 5: 249-269. [En línia]

<<http://arjournals.annualreviews.org/doi/abs/10.1146/annurev.polisci.5.11201.115816?cookieSet=1&journalCode=polisci>> [Consulta el 3 de maig de 2010]

SWANSON, D. L. “El campo de la comunicación política. La democracia centrada en los medios”. A: Muñoz, A., Rospir, J. I., ed. *Comunicación política*. Madrid: Universitas, 1995, p. 3-24.

SWANSON, D. L. "Transnational Trends in Political Communication. Conventional Views and New Realities". A: Esser, F.; Pfetsch, B., eds. *Comparing Political Communication. Theories, cases, and challenges*. Cambridge: Cambridge University Press, 2004, p. 45-63.

TAYLOR, S. J.; BOGDAN, R. *Introducción a los métodos cualitativos de investigación*. Barcelona: Paidós, 1986 [e.o.: 1984].

THOMAS, C. S. "Interest group". A: Encyclopædia Britannica Online, 2009. [En línea]. <<http://www.britannica.com/EBchecked/topic/290136/interest-group>> [Consulta el 24 de maig de 2010]

TRAPPEL, J.; MANIGLIO, T. "On media monitoring. The Media for Democracy Monitor (MDM)". A: *Communications. The European Journal of Communication Research*. Berlin: De Gruyter, 2009, vol. 34, núm. 2, p. 169–201. [En línea].  
<<http://www.reference-global.com/doi/pdf/10.1515/COMM.2009.012>> [Consulta el 29 de setembre de 2009]

TUCHMAN, G. *La producción de la noticia. Estudio sobre la construcción de la realidad*. Barcelona. Gustavo Gili, 1983 [e.o.: 1978].

UNESCO *Declaration Universelle de l'Unesco*, 2001. [En línea]. <<http://unesdoc.unesco.org/images/0012/001271/127160m.pdf>> [Consulta el 10 de febrer de 2009]

VALLES, M. S. *Entrevistas cualitativas*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas, 2007, 1a reimp.

WOLF, M. *La investigación de la comunicación de masas. Crítica y perspectivas*. Barcelona: Paidós, 1987 [e.o.: 1985]

ZALLER, J. "A New Standard of News Quality: Burglar Alarms for the Monitorial Citizen". A: *Political Communication*. American Political Science Association & International Communication Association. Philadelphia: Taylor & Francis, 2003, vol. 20, núm. 2, p. 109-130. [En línea].  
<<http://web.ebscohost.com/ehost/pdf?vid=2&hid=14&sid=944d0791-5095-441e-828d-cbb3ece28c91%40sessionmgr12>> [Consulta el 12 de marc de 2010]

## **8. ANNEXOS DE L'ANÀLISI DE CONTINGUT**

## **ANNEX I:**

### **MOSTRA DE TREBALL**

La mostra de treball està formada per un total de 227 peces informatives. En aquest annex es recull la presentació de la informació a càrrec del presentador o presentadora del *Telenotícies*<sup>23</sup>.

#### **SETEMBRE 2009 (21 – 27)**

---

##### **TN Migdia, 21-09-09**

1. Milers d'activistes de l'ONG Oxfam han intentat recordar al món que el canvi climàtic ens pot fer desaparèixer tots plegats. La manera, doncs, formar un mapamundi que es dissol dins d'un rellotge de sorra.
2. Uns dos-cents pagesos s'han manifestat aquest matí a Tàrrrega contra l'ampliació de la ZEPA, les zones especials de protecció de les aus, del canal Segarra-Garrigues. La Generalitat, en l'última proposta, les amplia fins a afectar més del 60% de la superfície regable del canal, cosa que, Àlex Oró, doncs els pagesos voldrien canviar.
3. Comissions Obreres ha denunciat avui que les mesures fiscals proposades pel govern espanyol són molt tímides i reclamen que augmenti la pressió fiscal per poder garantir els serveis socials. La ministra, per la seva banda, intenta convèncer la patronal.

##### **TN Vespre, 21-09-09**

4. El govern espanyol aprovarà dissabte els pressupostos per l'any que ve i després s'iniciarà el tràmit parlamentari. Zapatero veurà amb quins suports compta; una negociació que no serà gens fàcil.

---

<sup>23</sup> Per aquest motiu algun text pot contenir registres propis de la locució oral.



### **TN Migdia, 22-09-09**

5. Després de les crítiques de la patronal CEOE a la despesa del Govern en personal i la reclamació d'austeritat, avui la ministra ha contestat amb contundència als empresaris.
6. Empentes i molta tensió en el desallotjament de l'anomenada 'jungla' de Calais. La policia francesa ha desmantellat aquest matí un camp d'immigrants sense papers; ha fet més de 270 detencions.

### **TN Vespre, 22-09-09**

7. El debat sobre la prostitució està lligat als interessos econòmics que mou el sector, sobretot en els anuncis per contactes que es veuen en alguns diaris.
8. La cooperant catalana Vicky Sherpa està hospitalitzada a Katmandú, al Nepal, des de fa vuit dies, després de rebre una pallissa de la policia, segons ha explicat ella mateixa, per telèfon, a TV3.

### **TN Migdia, 23-09-09**

9. Visita sense precedents aquest matí a la Sagrada Família. L'han fet quatre jutges de l'Audiència Nacional per inspeccionar les obres de l'AVE i comprovar-ne la seguretat.
10. D'aquí a poca estona, a les tres de la tarda exactament, comença a Nova York l'Assemblea General de les Nacions Unides. Un dels primers a parlar-hi serà Barack Obama, el president nord-americà; Rodríguez Zapatero també ho ha de fer, però encara no està ben bé molt clar quan ho farà, segurament demà.
11. Com dèiem, Zapatero és a Nova York i, per tant, avui no ha pogut respondre les crítiques que li han tornat a fer l'oposició, al Congrés, sobre la crisi i també la patronal bancària.
12. *"El pueblo unido, jamás será vencido; el pueblo unido, jamás será vencido"* (so directe) *"No podemos nosotros acatar órdenes de un gobierno golpista"* (manifestant)... Desafiant el toc de queda, els seguidors del president depositat, Manuel Zelaya, han tornat a ocupar aquesta nit els carrers de Tegucigalpa.
13. La cooperant catalana Vicky Sherpa ha declinat l'ofertament del govern català de treure-la del Nepal tot i reconèixer que tem per la seva vida un cop surti de l'hospital. La cooperant continua ingressada després de ser apallissada per la policia.
14. La policia francesa continua perseguint avui desenes d'immigrants dispersos prop de la zona de Calais. La majoria, com veuen en aquest mapa, provenen de la zona d'Afganistan.

### **TN Vespre, 23-09-09**

15. Passar com a menor quan en realitat s'és adult. Aquesta és l'estratègia que estarien fent servir joves subsaharians per entrar a Catalunya, segons la Generalitat i quedar així sota la seva tutela.
16. Al centre de Barcelona s'han manifestat uns dos-cents immigrants que demà començaran la marxa a peu fins a Madrid, l'anomenada "Marxa per la igualtat" i protesten per la reforma de la llei d'estrangeria.
17. Visita de quatre magistrats de l'Audiència Nacional per a inspeccionar les obres de l'AVE.

### **TN Migdia, 24-09-09**

18. El president de facto d'Hondures s'ha vist obligat a aixecar en les últimes hores el toc de queda que va imposar en la tornada al país del president electe, Manuel Zelaya.
19. La cooperant catalana Vicki Sherpa, hospitalitzada fa dies a Katmandú, per una agressió de la policia nepalesa, podria rebre l'alta mèdica en qüestió d'hores.
20. El ministre de Treball Celestino Corbacho i el president de la patronal CEOE, Gerardo Díaz Ferrán, han fet avui una aposta per recuperar el diàleg social després de la ruptura de finals de juliol.

### **TN Vespre, 24-09-09**

21. Els queden uns sis-cents quilòmetres per recórrer. Un centenar d'immigrants ha iniciat avui la marxa per la dignitat que els portarà, a peu, de Barcelona a Madrid. L'objectiu, ho sentien, protestar per la reforma de la llei d'estrangeria.
22. Corredisses pels carrers de la capital d'Hondures. Els partidaris del president derrocat Manuel Zelaya no desisteixen, no els frenen ni la dura repressió policial, ni el toc de queda.

### **TN Migdia, 25-09-09**

23. Primers senyals de diàleg a Hondures. El govern golpista i el president deposat Manuel Zelaya s'han reunit aquesta matinada per separat amb els candidats de les eleccions presidencials del novembre.
24. En Rodríguez Zapatero és a la Cimera del G20, que ja ha començat a aquesta hora a Pittsburgh. Sobre la taula tenen grans assumptes que han de portar a millorar la situació econòmica, com la manera de limitar els sous dels grans directius.

25. Els més de dos milions i mig de funcionaris d'Espanya veuran com s'apuja el seu sou l'any que ve: un 0,3%, és l'acord que avui han tancat el govern i sindicats, que coincideixen a criticar la patronal; l'acusen de no fer prou esforços per tirar endavant el diàleg social.
26. Vicki Sherpa ha sortit avui de l'hospital de Katmandú, on aquests últims dies l'han atesa de les ferides causades per la policia nepalesa.

#### **TN Vespre, 25-09-09**

27. Tradicional foto de família a la Cimera del G20 a Pittsburgh. Són els líders dels països més rics i de les potències emergents de tot el món, més Espanya i Holanda com observadors.
28. A partir de dilluns les farmàcies ja vendran la píndola de l'endemà sense recepta mèdica. La iniciativa del Ministeri de Sanitat es concreta, no sense controvèrsia, per reduir entre d'altres objectius el nombre d'embarassos entre menors.
29. Un centenar de persones s'han concentrat aquesta tarda a Mondragón, a Guipúscoa, tot i la prohibició de l'Audiència Nacional perquè s'havien d'exhibir fotografies de presos etarres.
30. El govern i els sindicats han confirmat avui un acord que afecta els més de dos milions i mig de funcionaris que hi ha a l'Estat, inclosos els de les administracions autonòmica i local.

#### **TN Migdia Cap de Setmana, 26-09-09 [Ø]**

#### **TN Vespre Cap de Setmana, 26-09-09**

31. Els treballadors de la planta que la Ford té a Almussafes s'han manifestat avui pel centre de València per mostrar el rebuig a l'expedient presentat per l'empresa automobilística.

#### **TN Migdia Cap de Setmana, 27-09-09**

32. El projecte de Pressupostos de l'Estat per al 2010, especialment la pujada de l'IVA, aprovat ahir pel Govern espanyol ha aconseguit una pràctica unanimitat en contra, no només de partits polítics, excepte el socialista, sinó també d'agents econòmics i socials.

#### **TN Vespre Cap de Setmana, 27-09-09**

33. Les fundacions catalanes reclamen que no se les criminalitzi ni s'escampi sobre seu l'ombra de la sospita a conseqüència del cas Millet i de les irregularitats de la gestió de la Fundació Palau de la Música.

34. En un any en què la crisi afecta tots els sectors de l'agricultura i la ramaderia, la 55ena Fira Agrària de Sant Miquel, a Lleida, se n'ha ressentit. La majoria de firmes de tractors no s'han exposat aquest any a causa dels preus dels estands.
35. El nou hotel construït arran de mar a Barcelona, conegut com l'hotel vela s'inaugura aquesta setmana vinent. La seva figura ha transformat l'aspecte de la façana marítima de la ciutat i, avui, col·lectius que s'oposen han assetjat l'edifici per terra i també per mar.

**TN Migdia, 05-10-09**

36. Concentració de protesta, avui, del sindicat de pilots SEPLA a diversos aeroports. Ho han fet al Prat, a Barajas i a una vintena d'aeroports més. Reclamen més temps de descans i un dels seus arguments és que un vint-i-cinc per cent dels accidents aeris són, justament, culpa de la fatiga.
37. Avui també els expliquem que els ramaders europeus estan en peu de guerra per la caiguda dels preus. Temen que la situació empitjori quan s'eliminïn definitivament les quotes làctiques.

**TN Vespre, 05-10-09**

38. Mig miler de persones s'han concentrat aquest vespre a Vila-seca, al Tarragonès, per retre homenatge a Josefina Ruiz, veïna del poble, assassinada ahir d'un tret al cap pel seu marit.
39. Cobrar per anar a classe, aquest és el controvertit incentiu que des d'avui mateix s'està posant a prova en tres instituts de la perifèria de París. És l'últim intent del govern francès per lluitar contra l'absentisme escolar que no para de créixer tot i els molts intents que s'han fet per aturar-lo.
40. A Brussel·les aquest matí s'han sentit les esquelles dels pagesos. Estan preocupats per la caiguda del preu de la llet i temen que encara empitjorarà més quan s'eliminïn les quotes làctiques.
41. Molt més silenciosos han estat els pilots d'avió que han protestat avui al Prat de Llobregat i a altres vint-i-cinc aeroports de la Unió Europea. Demanen que a Espanya s'apliqui la normativa europea que regula el descans de les tripulacions per evitar situacions de fatiga que poden posar en perill la seguretat del passatger.

**TN Migdia, 06-10-09**

42. Gasos lacrimògens i canons d'aigua contra els que protestaven aquest matí a Istanbul per les polítiques del Fons Monetari Internacional i del Banc Mundial. Tots dos organismes celebren, a la capital financera de Turquia, la seva cimera anual.

**TN Vespre, 06-10-09**

43. Greus enfrontaments a Istanbul entre la policia i una part dels manifestants que protestaven contra les polítiques del Fons Monetari Internacional i el Banc Mundial. Els aldarulls han acabat amb un centenar

de detinguts i un home de cinquanta-cinc anys mort, víctima d'un atac de cor.

44. Renault és la cara i Opel la creu. Avui els treballadors que aquesta firma té a Figueruelas han fet una aturada de quatre hores per torn. Volen mostrar així el seu rebuig als plans de Magna.
45. El llarg conflicte laboral que s'arrossega entre els conductors d'autobús de Barcelona i Transports Metropolitans viurà demà un capítol més, amb una nova vaga parcial. No hi haurà autobusos entre dos quarts d'onze del matí i dos quarts de cinc de la tarda.
46. El govern català ha creat l'Observatori de Preus del sector agroalimentari a Catalunya que des d'avui es pot consultar a Internet. Es tracta de donar transparència al sector i donar a l'abast de tothom els preus que cobra cada nivell de la cadena que va des del pagès fins a la botiga.

#### **TN Migdia, 07-10-09**

47. La Plaça de Sant Jaume s'ha omplert aquest matí de delegats sindicals de Comissions Obreres i d'UGT amb motiu de la jornada pel treball digne. És el segon any que se celebra aquesta jornada arreu del món, però aquest any s'ha volgut posar l'èmfasi en la crisi econòmica i la pèrdua de llocs de treball.
48. El Fons Monetari Internacional i el Banc Mundial han tancat avui la seva reunió avui a Istanbul... L'FMI ha constatat que s'està sortint de la recessió mundial, però reclama mantenir les mesures d'estímul de l'economia. Al carrer, la policia ha reprimit amb duresa els manifestants.
49. A Barcelona avui els conductors d'autobusos estan de vaga fins a dos quarts de cinc d'aquesta tarda. És un conflicte llarg en el temps, potser recorden algunes de les aturades de l'any passat.

#### **TN Vespre, 07-10-09**

50. Pas endavant en l'aplicació d'un nou calendari escolar per al pròxim curs. Avui el Consell Escolar, el principal òrgan assessor del Departament, on hi ha famílies, patronal i sindicats, ha donat el visitplau tot i que sense unanimitat, a la proposta de fa uns mesos del conseller d'Educació.

#### **TN Migdia, 08-10-09**

51. La fundació del PSC, la Rafael Campalans, ha ensenyat avui els seus comptes de l'any passat. És un gest, diuen, per emplaçar la Fundació Trias Fargas, vinculada a Convergència, a fer el mateix.

52. Aquest dijous els jutges estan de vaga i és la segona vegada en la història de la democràcia que fan aquesta protesta per reclamar millores en l'àmbit de la Justícia.
53. Primeres indicacions pels alumnes de grau d'Econòmiques que la Pompeu Fabra ofereix totalment en anglès. És l'únic de la universitat pública catalana.
54. Avui volem fixar-nos també en un Informe del Fons de les Nacions Unides per a la Infància, l'UNICEF, en què denuncia la situació que pateixen milions de nens. Són explotats laboralment i, si els detenen, rarament són jutjats.

#### **TN Vespre, 08-10-09**

55. Els veïns del Raval de Barcelona denuncien que la presència de toxicòmans que van a la narcosala del barri no para d'augmentar i que molts d'ells s'instal·len als carrers dels voltants tot el dia.
56. Enmig de les negociacions de les futures fusions d'entitats catalanes avui els responsables de les obres socials de les caixes s'han reunit en la seva trobada anual per analitzar prioritats i línies a seguir de cara als pròxims anys.

#### **TN Migdia, 09-10-09**

57. El transportistes estan obligats a fer un nou curs que certifiqui les seves capacitats al volant, però no tots els professionals el consideren necessari.

#### **TN Vespre, 09-10-09**

58. Doncs la festa de la Diada al País Valencià ha continuat aquest vespre amb una manifestació en què s'ha denunciat la presumpta corrupció que esquitxa els dirigents del PP valencià.
59. El Comitè Internacional de Mauthausen, alguns dels quals supervivents dels camps de concentració nazis, són aquest cap de setmana a Barcelona per celebrar la seva trobada anual.
60. Tant Egipte com el Marroc han viscut els últims dies un intens debat sobre l'Islam. A El Caire, el principal clergue sunnita ha prohibit l'ús del nicab a les noies estudiant de les escoles religioses.

#### **TN Migdia Cap de Setmana, 10-10-09**

61. Curiosament a Hondures, en ple conflicte institucional, també s'aprofita la concessió del Nobel a Obama per exigir-li un posicionament més clar enfront del cop d'estat. Un dia més, els enfrontaments entre els partidaris de Manuel Zelaya i la policia s'han repetit a Tegucigalpa.

62. A Catalunya cada dia es diagnostiquen vint-i-tres casos de malaltia mental i ja hi ha més de 77.000 persones que tenen algun trastorn psiquiàtric.

### **TN Vespre Cap de Setmana, 10-10-09**

63. Unes 77.000 persones pateixen a Catalunya malalties mentals, de fet es calcula que un de cada quatre persones té en algun moment de la seva vida una malaltia mental. I avui: el dia mundial de la salut mental.
64. Només dotze de cada cent estudiants catalans matriculats a la universitat acaben rebent una de les escasses beques que atorga el Ministeri d'Educació. Hi accedeixen les famílies amb recursos més baixos.
65. Després que les Corts d'Aragó han aprovat aquesta setmana la proposició de llei que reconeix el català com a llengua pròpia i històrica, però que li nega la cooficialitat, hem anat a La Franja per saber què opinen els catalano-parlants.
66. L'Ajuntament de Barcelona es planteja fer pagar per accedir al Parc Güell. Aquesta obra de Gaudí s'ha convertit en un dels punts d'atracció més multitudinaris de la ciutat. El visiten quatre milions de persones, la majoria turistes.
67. Llorenç del Penedès ha estat aquesta tarda l'escenari d'un correfoc nudista o, almenys, amb poca roba. D'aquesta manera, representants de vint-i-cinc associacions de bèsties de foc de tot Catalunya han protestat contra la normativa europea que pretén regular les festes on intervenen elements pirotècnics.

### **TN Migdia Cap de Setmana, 11-10-09**

68. Els partidaris del deposat president hondureny Manuel Zelaya denuncien un estat de terror i de persecució al país contra ells. Molts busquen l'empar de COFADEH, l'associació de defensa dels drets humans més antiga d'Hondures que comptabilitza morts, desapareguts i detinguts.

### **TN Vespre Cap de Setmana , 11-10-09**

69. Una de les figures més destacades de l'Església catalana de les últimes dècades, Joan Martí Alanís, ha mort avui als 81 anys. Va ser bisbe de La Seu des de 1971 al 2003 i copríncip d'Andorra.
70. Manifestació del col·lectiu gai aquesta tarda a Washington. Amb el lema d'Obama "yes, we can" milers de persones han desfilat pels carrers de la ciutat en una marxa organitzada per la primera associació en defensa dels drets dels homosexuals.



## **NOVEMBRE 2009 (23 – 29)**

---

### **TN Migdia, 23-11-09**

71. Són els currículums dels 515 treballadors de la fàbrica Lear, de Tortosa, afectats per l'ERO que va presentar l'empresa tot just fa un mes.
72. A l'Aeroport de Lanzarote també es parla de democràcia. En aquest cas, però, la que diuen que no existeix al Sàhara Occidental. L'activista saharauí Aminatu Haidar ja fa vuit dies que està en vaga de fam.
73. Al barri industrial del Poble Nou, a Barcelona, ja fa deu anys que es va començar a transformar l'anomenat 22@. En aquest temps, a banda d'atreure empreses també ha atret universitats.

### **TN Vespre, 23-11-09**

74. D'aquí a tres setmanes, el diumenge tretze de desembre, més de set-cents mil catalans podran votar sobre la independència.

### **TN Migdia, 24-11-09**

75. Les famílies catalanes que amb fills a primària i secundària s'hauran d'organitzar d'una altra manera el curs que ve.
76. Els veïns de Santa Coloma de Gramanet han pogut dir el que pensaven a la nova alcaldessa en un ple extraordinari monogràfic convocat després d'haver esclatat el cas Pretòria.
77. L'ONG Save the Children ha denunciat avui que hi ha milions de nens a tot el món tractats com a simple mercaderia. Són segrestats o venuts pels mateixos pares i enviats després a centres que els donen en adopció.
78. Les estacions d'esquí viuen aquest novembre més pendents que mai del temps. Algunes van obrir fa un parell de setmanes i les altres esperaven fer-ho aquest mes.

### **TN Vespre, 24-11-09**

79. El nou calendari escolar no deixa indiferent ningú. D'entrada preocupa alguns pares i mares no saber, per exemple, com s'ho muntaran la setmana de festa prevista enmig del curs.
80. Comissions Obreres i UGT s'oposen frontalment a la supressió de l'impost de successions. Així ho han fet saber aquesta tarda als diferents grups parlamentaris.

### **TN Migdia, 25-11-09**

81. Justament els organitzadors d'una d'aquestes consultes sobiranistes, la de Sant Pere de Torelló, podran utilitzar les dependències municipals, de moment només per actuacions prèvies a la consulta. Així ho ha decidit l'alcalde.
82. L'ONU ha denunciat que diverses ONG estrangeres, entre les quals una de Manresa i una altra de Mallorca, que reben diners públics, estarien finançant un grup armat ruandès.
83. L'església catòlica s'ha enfrontat obertament amb la nissaga dels Kennedy. La família que va donar als Estats Units el primer president catòlic del país.
84. La direcció d'Iberpotash ha presentat aquest matí als treballadors de les plantes de Sùria i Sallent un expedient de regulació d'ocupació temporal dels 838 empleats, sense acomiadar-ne cap.
85. Les coses pinten més bé per al sector de l'automòbil. Fabricants i concessionaris s'han reunit avui a les jornades que s'han fet a l'IESE. Preveuen deixar els pitjors moments de la crisi l'any que ve.
86. Les previsions són optimistes, però el cert és que milers de treballadores s'han quedat a l'atur. Pirelli, a Manresa, tanca a la fi de l'any.
87. Sis universitats catalanes han passat aquest matí un examen. Els mateixos rectors han estat els encarregats de defensar la qualitat dels centres davant d'un jurat internacional.
88. Quan queda un mes per acabar aquest any, la Cambra de Comerç de Barcelona ha reclamat que es faci realitat la promesa del govern central d'un nou model de gestió de l'Aeroport del Prat.

### **TN Vespre, 25-11-09**

89. Després de dies de negociacions, els treballadors i Caixa Catalunya, Manresa i Tarragona han arribat a un principi d'acord amb les entitats sobre les condicions laborals de la fusió.
90. En un moment en què tant es parla de la necessitat d'apostar pel coneixement, el govern central ha decidit afegir-se al programa Campus d'Excel·lència Internacional, que ja es fa a altres països com Alemanya i França.
91. Controvèrsia al voltant de l'acció de dues ONG catalanes al Congo. Segons l'ONU han finançat els rebels hutus. Des d'una de les ONG asseguren que és una venjança contra ells.

### **TN Migdia, 26-11-09**

92. Editorial conjunt a dotze diaris catalans amb una reivindicació sense precedents. Sota el títol “La dignitat de Catalunya”, l’editorial defensa l’Estatut aprovat pel Congrés, pel Parlament i pels catalans en referèndum i assegura que està en joc l’esperit que va fer possible la transició.
93. Una altra fusió, que ha fet un pas endavant, és la de Caixa Catalunya, Caixa Manresa i Caixa Tarragona. Sindicats i direcció es reuniran aquest migdia per signar l’acord per reduir a 395 el nombre d’oficines i a 1.300 el nombre de treballadors afectats que podran abandonar l’empresa voluntàriament.
94. Doncs mentre el nou mapa de les caixes catalanes ja està dibuixat, com a mínim de moment, el Banc d’Espanya veu amb creixent inquietud que no tothom està fent els deures i el temps s’acaba.
95. Lluny del *glamour* dels restaurants d’alta gamma, la crisi fa que cada cop siguin més les famílies que tenen problemes per a arribar a final de mes i omplir la nevera. La Creu Roja ha començat una nova campanya per ajudar-les.
96. El Congrés també ha aprovat avui una reforma de la llei d’estrangeria. El text és molt polèmic, sobretot perquè amplia el termini de detenció dels immigrants sense papers, una mesura avalada pel Parlament Europeu, però denunciada per nombroses ONG.
97. Avui ha començat el judici contra quatre dels sis joves detinguts la primavera passada, quan es va desallotjar el rectorat de la Universitat de Barcelona, ocupat per estudiants contraris al Pla de Bolonya.
98. L’actor Sergi López i l’exdirigent de la Unió de Pagesos, Pep Riera, han estat els caps de cartell d’una llarga llista de personalitats de diversos àmbits del món català que donen suport a la consulta sobre la independència, que es farà a més de 160 municipis el proper 13 de desembre.

### **TN Vespre, 26-11-09**

99. Suport incondicional a la constitucionalitat de l’Estatut aprovat en referèndum. Això és el que han expressat avui una dotzena de diaris i altres mitjans de comunicació en un editorial conjunt, al qual s’han sumat diverses entitats representatives de la societat civil.
100. Finalment, després de moltes hores de negociació, els sindicats i representants de les caixes de Catalunya, Manresa i Tarragona han arribat a un acord sobre les condicions laborals de la fusió.
101. Doncs l’última fusió a posar-se en marxa és la de Caixa Penedès i Laietana. Ahir al vespre, els respectius Consells d’Administració aprovaven l’inici del procés.

102. Davant dels casos de presumpta corrupció urbanística els col·legi professionals d'arquitectes, economistes, advocat, enginyers de camins, i industrials de Catalunya han fet una declaració conjunta per demanar que no es criminalitzi tota la professió.
103. Dos projectes han aconseguit el guardó de Campus d'Excel·lència Internacional; la decisió l'ha donat a conèixer avui el jurat: el de la UB i de la Politècnica, i el de la UAB.
104. Avui s'ha celebrat el judici contra tres estudiants anti-Bolonya detinguts al març en els incidents pel desallotjament del rectorat de la Universitat de Barcelona.
105. A Irlanda, un informe ha revelat que l'Església catòlica i el govern havien encobert abusos sexuals a menors.

#### **TN Migdia, 27-11-09**

106. L'editorial conjunta de dotze diaris catalans continua aixecant polseguera. A Madrid ha despertat moltes crítiques entre els polítics i la premsa de la capital espanyola.
107. CCOO i UGT han convocat una manifestació per dijous que ve a Barcelona contra la crisi. També es farà Madrid, però el dia 12. Volen que sigui una mobilització en positiu.
108. Els que ja s'han manifestat a Madrid són els treballadors de Roca Sanitaris. Reclamen al Ministeri que no aprovi l'expedient de regulació d'ocupació que ha presentat l'empresa i que preveu l'acomiadament de 713 treballadors.
109. A Irlanda ha esclatat l'escàndol, en un país catòlic fins el moll de l'os, el Govern i el cap de l'Església catòlica han demanat perdó públicament pels abusos sistemàtics de capellans a desenes de nens i nenes.

#### **TN Vespre, 27-11-09**

110. Acció, reacció: és el que ha passat després de l'editorial conjunt de 12 diaris catalans ahir defensant l'Estatut. La reacció, anunciada, ha estat la de les principals capçaleres de Madrid que han atacat, amb més o menys contundència. Mostra dels diaris de Madrid. Per la premsa catalana, el dia és més tranquil.

#### **TN Migdia Cap de Setmana, 28-11-09**

111. Per sisè any consecutiu aquest matí s'ha fet a Barcelona la festa pel joc i la joguina en català. Es tracta d'una jornada lúdica que organitza la Plataforma per la Llengua i que té el format d'una festa infantil.

112. El projecte de la nova Llei de Pesca ja està a debat al Parlament i a les portes de la seva possible aprovació. Els sectors de la pesca i entitats socials i turístiques del Pallars Sobirà demanen que se revisi el contingut.
113. No comproven la resistència de les seves ampolles de vi. Aquests vinaters francesos protesten contra el canvi climàtic.
114. Prop de 700 persones han tallat aquest matí la carretera nacional 340 a L'Aldea, al Baix Ebre, en protesta pel tancament de la planta de Lear a Roquetes.

#### **TN Vespre Cap de Setmana, 28-11-09**

115. El govern espanyol ha trigat dues setmanes a posar-se en contacte amb Aminatou Haidar, l'activista saharauí en vaga de fam a Lanzarote, després que el govern marroquí la va expulsar del Sàhara occidental.

#### **TN Migdia Cap de Setmana, 29-11-09**

116. D'aquí a quinze dies, el 13 de desembre, més de 700.000 persones tindran la possibilitat de pronunciar-se sobre la independència de Catalunya en les consultes populars que es faran a 161 municipis.

#### **TN Vespre Cap de Setmana, 29-11-09**

117. La Coordinadora que organitza les consultes populars sobre la independència ha començat avui la campanya que ha de culminar el dia de les votacions, el 13 de desembre.
118. L'activista saharauí Aminatu Haidar, en vaga de fam a l'Aeroport de Lanzarote, ha rebutjat la proposta del Ministeri d'Exteriors de concedir-li la nacionalitat espanyola.
119. Els hondurenys voten en aquests moments en unes eleccions plantejades com una sortida a la crisi institucional i política derivada del cop d'estat encapçalat per Roberto Micheletti.
120. Més d'un milió de persones s'han afegit a la crida del Fòrum Social del litoral gironí, aquest migdia a Palamós, per demanar que s'aturi l'actual proposta del Ministeri de Medi Ambient sobre el pla d'usos de la reserva marina de les illes Formigues.

## **DESEMBRE 2009 (14 – 20)**

---

### **TN Migdia, 14-12-09**

121. Centenars de persones aguantaven sota zero la lectura dels resultats a la plaça de Vic aquesta nit. Era el final d'una jornada de consultes amb 167 municipis, que ha generat molt soroll, opinions polítiques de tota mena, i també ressò mediàtic a l'estranger.
122. Les dades definitives de participació a les consultes confirmen que gairebé van anar a votar el 30% dels convocats.
123. Cimera autonòmica sobre economia a Madrid, amb la presència dels interlocutors socials, els sindicats. Juntament amb la qüestió econòmica es plantegen els objectius de la presidència de la Unió Europea.
124. Aquesta tarda es reuneixen a Washington Hillary Clinton i els ministres d'Afers Estrangers espanyol i marroquí. Sobre la taula: com desbloquejar el cas d'Aminatu Haidar.
125. I una altra bona notícia per la recerca científica a Catalunya, que té problemes de finançament a causa de la crisi econòmica. Aquest matí l'Obra Social de "La Caixa" ha firmat un conveni amb les universitats públiques per posar en marxa Recercaixa.
126. Dins d'aquest vehicle, representants de l'Associació per a la Defensa dels Drets dels Animals, han portat 127.500 firmes per prohibir les corrides de toros a Catalunya. Divendres, el Parlament debatrà la iniciativa popular que demana abolir-les.

### **TN Vespre, 14-12-09**

127. L'endemà de les consultes sobre la independència a diversos municipis de Catalunya, avui ha estat el dia de les valoracions polítiques. El president de la Generalitat, José Montilla, assegura que respecta la iniciativa però que els resultats no substitueixen ni il·lustren la voluntat popular expressada en unes eleccions.
128. La qüestió també ha planat en la Conferència dels Presidents Autonòmics al Senat. Una conferència marcada per l'economia i per l'inici del debat social, per això hi assisteixen també sindicats i patronal.
129. Washington semblava ser el desllorigador del cas Aminatu Haidar, però de moment no ha estat així, al menys públicament.

### **TN Migdia, 15-12-09**

130. Les forces de seguretat daneses han detingut més de dues-centes persones aquesta nit a Copenhaguen després d'enfrontaments al barri de Christiania.
131. Al voltant de la Cimera del Clima de Copenhaguen proliferen les reunions a tots els nivells.
132. Aquest matí ha començat amb protestes a la porta de l'Audiència Nacional el judici pel tancament del diari *Egunkaria*.
133. Avui també són notícia les escoles de música que reclamen al Departament d'Educació que les converteixi en centres concertats.

### **TN Vespre, 15-12-09**

134. La Generalitat ja ha desmentit les acusacions de l'Informe d'Amnistia Internacional en què analitza com viuen alguns dels interns de centres de menors a l'Estat espanyol.
135. El cas *Egunkaria*, el diari clausurat el 2003 per presumpta relació amb ETA, ha arribat a la Justícia. Avui ha començat a l'Audiència Nacional el judici contra cinc dels seus directius.
136. Vídeo en suport d'Aminatu fet per actors i músics a qui ja hem vist alguns al costat de l'activista saharauí a Lanzarote.

### **TN Migdia, 16-12-09**

137. Un dia més la policia francesa i els manifestants que protesten a Copenhaguen s'han vist les cares. Ja són nou dies de protestes i els policies no donen l'abast.
138. Les consultes sobre la independència de diumenge, un altre dels temes, com saben, de confrontació política aquests dies ha tingut el seu ressò al Congrés, a Madrid.
139. Prop d'un miler d'estudiants de batxillerat s'han concentrat aquest matí a la Plaça de Sant Jaume de Barcelona. Protesten per la reforma de la selectivitat que entrarà en vigor aquest mateix curs.
140. L'estat d'Aminatu Haidar es comença a deteriorar seriosament segons el portaveu de la Plataforma que li dona suport.
141. I aquest migdia, al Parlament europeu, s'ha lliurat un guardó molt especial. Es tracta del Premi Sakharov 2009, que ha estat concedit a la ONG russa Memorial.

### **TN Vespre, 16-12-09**

142. L'altre titular del dia ens porta novament a Copenhaguen. S'esgota el temps, falta només 48 hores perquè acabi la Cimera del Clima i no s'endevina cap acord.
143. Els cooperants de les 36 ONG que col·laboren amb Barcelona Acció Solidària no volen oblidar els tres companys segrestats a Mauritània ara fa 17 dies per Al-Qaida del Magrib Islàmic.
144. La pau torna als organitzadors de les consultes sobiranistes del cap de setmana. El portaveu d'*Osona decideix*, Alfons López Tena, i el diputat d'Esquerra Republicana i membre de la Coordinadora de les consultes, Uriel Bertran, han dinat junts per superar les distàncies mantingudes.

### **TN Migdia, 17-12-09**

145. 32 dies de vaga de fam han portat a Aminatu Haidar a una situació límit. Aquesta matinada, i de manera voluntària, han hagut de traslladar a l'activista saharauí a la unitat de cures intensives d'un hospital, per les nàusees i els mals d'estómac que patia.
146. Doncs també al Congrés es debat avui una llei que entre d'altres coses afectarà els taxistes, que hi estan en contra, perquè, diuen, significarà la liberalització del sector.
147. Unió Democràtica ha ofert la seva col·laboració amb la Justícia per aclarir les presumptes irregularitats en els comptes del partit, la fiscalia investiga suposats pagaments irregulars a través de tres empreses i de la Fundació Catalunya i Territori.
148. Demà es tanca la Cimera de Copenhaguen, on hauria de sortir un nou Tractat contra el Canvi Climàtic.
149. Com saben, la crisi ha deixat sense ingressos moltes famílies. Això ha disparat les demandes d'entitats com Càrites.

### **TN Vespre, 17-12-09**

150. Aminatu Haidar aconseguirà el que es proposava en el seu pols amb el Marroc. Està a punt d'agafar un avió que la tornarà a Al-Aaiun tot i que no sabem a canvi de què.
151. Govern, sindicats i patronal han acordat finalment un paquet de mesures anticrisi de a prop de 6.000 milions d'euros pel 2010, és a dir, per l'any que ve.



152. Sorpresa entre la direcció d'Unió Democràtica després de saber que la fiscalia està investigant uns suposats pagaments irregular per part de la Fundació Catalunya i Territori, afí al partit, i tres empreses més.
153. La crisi econòmica està ofegant moltes famílies i cada cop n'hi ha més que han de recórrer a la solidaritat.
154. Més de 600 milions d'euros de deute ha deixat l'empresa La Seda de Barcelona, en una situació molt delicada i amb un ERO que afecta 45 treballadors dels 230 que tenen ara.

#### **TN Migdia, 18-12-09**

155. *"Voy a seguir mi lucha, esto es seguro. Pero ahora necesito como mínimo dos meses para incorporarme mis fuerzas porque tengo unas defensas muy bajas y una tensión baja y con el estrés, mis hijos también hace tres meses que no les he visto y necesito un tiempo como mínimo de dos meses"* (Aminatu Haidar).
156. Atès que l'esmena a la totalitat ha estat rebutjada la iniciativa legislativa continua la seva tramitació.
157. Els caps d'Estat i de Govern de tot el món reunits a Copenhaguen estan d'acord almenys en una cosa: ha arribat l'hora de la veritat.
158. Un 94% dels mestres catalans no volen que es modifiqui el calendari escolar. En una consulta feta pel sindicat CCOO a tots els centres públics, més de 16.000 mestres han rebutjat la proposta del Departament d'Educació que comporta començar el curs una setmana abans i la mesura més controvertida, fer una setmana de festa al febrer.
159. La nova entitat que sortirà de la fusió de les Caixes de Girona, Manlleu, Sabadell i Terrassa ha ratificat avui l'acord laboral.
160. Uns 500 treballadors d'Iberpotash a Sùria i Sallent s'han manifestat avui a Manresa per protestar contra l'expedient de regulació d'ocupació presentat per l'empresa.

#### **TN Vespre, 18-12-09**

161. La decisió del Parlament no ha estat gaire ben rebuda pels defensors de les corrides, fins i tot la vicepresidenta del govern espanyol s'ha referit afirmant que els toros tenen un ample suport social.
162. Aminatu Haidar ja ha passat del seu primer dia a casa i comença a recuperar-se dels 32 dies de vaga de fam. Han estat dies de neguit i de moltes dificultats, però l'activista saharauí ja només pensa a seguir la seva lluita en defensa dels drets humans.

### **TN Migdia Cap de Setmana, 19-12-09**

163. L'última i llarga nit viscuda per delegats i periodistes que cobreixen la Cimera de Copenhaguen a l'espera d'un acord que semblava no arribar mai.
164. A Al-Aaiun, a la capital del Sàhara Occidental, la policia sotmet a estricta vigilància el domicili de l'activista saharauí Aminatu Haidar.
165. Malgrat el retorn d'Aminatu Haidar a Al-Aaiun avui hem vist que encara hi ha hagut manifestacions en suport de l'activista.
166. Ahir el Cercle d'Economia demanava als partits polítics que retiressin tots els recursos contra l'Estatut i recuperessin la via del diàleg polític i de la unitat.
167. Els pagesos de la Catalunya Nord (Perpinyà) continuen en peu de guerra davant de la política comercial de les grans superfícies que, segons ells, porta tot el sector a la ruïna.

### **TN Vespre Cap de Setmana, 19-12-09**

168. El procés contra els directius del diari *Egunkaria* ha fet sortir al carrer milers de persones aquest vespre a Bilbao en una mobilització que ha tingut el suport de totes les forces nacionalistes i una bona part del món associatiu, sindical i cultural basc.
169. El Marroc creu que el desenllaç de la vaga de fam de la saharauí Aminatu Haidar ha servit perquè es conegui de facto la seva sobirania sobre el Sàhara Occidental.
170. Els Papes Joan Pau II i Pius XII han estat proclamats, pel pontífex Benet XVI, "venerables servents de Déu". Es tracta del pas previ per a ser proclamats beats, en el cas de Carol Wojtila probablement l'octubre de l'any vinent.

### **TN Migdia Cap de Setmana, 20-12-09**

171. Aminatu Haidar, que ha passat més d'un mes en vaga de fam abans de poder tornar a casa seva, ha aconseguit situar en l'agenda internacional el conflicte saharauí.
172. El País Valencià exporta músics. Hi ha músics valencians a bandes, orquestres i grups de tot el món.

**TN Vespre Cap de Setmana, 20-12-09**

173. La tensió interna torna a l'Iran. La mort del Gran Ayatollah Hoseyn Ali Montazeri, pare de la revolució al costat de Khomeini, i ara dissident, ha tornat a treure al carrer milers de ciutadans crítics amb el règim.
174. Entre el patrimoni cultural del País Valencià hi ha un capital inesgotable de músics. Es formen a la seva terra i després s'incorporen a bandes i grups musicals de tot el món.

## **GENER 2010 (11– 17)**

---

### **TN Migdia, 11-01-10**

175. El relleu de Juan María Uriarte com a bisbe de Sant Sebastià per José Ignacio Munilla ha obert una esgerda a l'Església basca.

### **TN Vespre, 11-01-10**

176. Ni dimissió ni depuració de responsabilitats. El conseller Baltasar no adoptarà cap mesura d'aquest tipus tot i reconèixer que hi podia haver hagut un error en l'informe dels agents rurals que assenyalava un llamp com a causa de l'incendi d'Horta de Sant Joan.
177. I l'església basca s'esgerda arran de la presa de possessió del bisbe de Sant Sebastià José Ignacio Munilla que va rellevar dissabte Juan María Uriarte.

### **TN Migdia, 12-01-10**

178. En cada cas de presumpta corrupció sorgeix la mateixa pregunta: com és que no s'havia detectat abans? De fet, els ajuntaments tenen diversos mecanismes de control com ara l'oposició, la Generalitat, i també els organismes que fiscalitzen els seus comptes.
179. Són juristes, emprenedors, artistes, associacions d'usuaris i d'Internet, etcètera. S'han ajuntat i han creat i presentat avui una xarxa que es diu "Red Sostenible".

### **TN Vespre, 12-01-10**

180. El ministre de Foment, José Blanco, ha refredat les aspiracions que el govern, grups parlamentaris i món empresarial tenien per a l'Aeroport del Prat.
181. L'Audiència Nacional ha rebutjat admetre a tràmit la denúncia que la fiscalia i nou associacions de consumidors havien presentat contra Air Comet.
182. Després que la setmana passada el govern espanyol tirés endavant l'avantprojecte de llei contra la pirateria a Internet, els internautes s'han unit per fer més visible la seva oposició, sobretot de cara a la Presidència espanyola de la Unió Europea.

### **TN Migdia, 13-01-10**

183. L'economia espanyola corre el risc de patir una recaiguda i tornar a perdre embranzida.

184. Tal i com fan els experts d'ESADE, els sindicats tampoc comparteixen les previsions del govern espanyol i menys tenint en compte el nombre d'expedients de regulació d'ocupació.

**TN Vespre, 13-01-10**

185. Milers de persones deambulen des de fa hores pels carrers de Port-au-Prince, la capital d'Haití.
186. Vist-i-plau a la política d'immersió lingüística de la Generalitat. El Tribunal Superior de Justícia de Catalunya ha desestimat un recurs de la plataforma Convivència Cívica sobre la casella lingüística a la preinscripció escolar.

**TN Migdia, 14-01-10**

187. Quan ara fa quatre anys va entrar en vigor la primera llei antitabac molts bars i restaurants van haver de fer obres.
188. Els veïns d'El Cabanyal, a València, han dit prou. Una assemblea de 500 veïns ha decidit aquesta nit que no permetran que s'enderroqui cap més casa del barri marítim valencià.

**TN Vespre, 14-01-10**

189. La devastació a Haití des de l'aire, actualitzada ja per Google Earth. Milers de cases derruïdes o edificis, com el Palau Presidencial, mig destrossat. La catedral tampoc no ha resistit la força de la sacsejada. I la seu de l'ONU també mig derruïda.

**TN Migdia, 15-01-10**

190. El Mare Nostrum, el supercomputador instal·lat a la capella de la Politècnica de Catalunya, rebrà una important injecció de diners: 132 milions d'euros.
191. La nova llei del cinema, que busca la paritat entre català i castellà, no deixa de provocar reaccions.

**TN Vespre, 15-01-10**

192. Els governs català i espanyol han anunciat avui una inversió de 132 milions d'euros per Barcelona Supercomputer Center.

**TN Migdia Cap de Setmana, 16-01-10**

193. L'Ajuntament de Vic podria renunciar a prohibir l'empadronament als immigrants irregulars si el govern espanyol demostra que és il·legal, que no s'ajusta al text de la llei d'estrangeria.

194. Demà es farà el vol inaugural de l'Aeroport de Lleida-Alguaire. Serà un vol Barcelona-Lleida, un vol simbòlic.
195. Bars i restaurants s'han començat a mobilitzar contra l'enduriment de la Llei del Tabac, prevista pel govern espanyol.

**TN Vespre Cap de Setmana, 16-01-10 [Ø]**

**TN Migdia Cap de Setmana, 17-01-10**

196. Espai Internet: El terratrèmol d'Haití ha estat una oportunitat més de demostrar el poder de la xarxa en cas de desastres natural o d'emergències humanitàries.

**TN Vespre Cap de Setmana, 17-01-10**

197. El Papa Benet XVI ha hagut de sentir aquesta tarda dos retrets durant la seva simbòlica primera visita a la sinagoga de Roma.

## **FEBRER 2010 (1 – 7)**

---

### **TN Migdia, 1-02-10**

198. Un altre tema destacat del dia és la protesta per la futura llei del cine. Avui 75 cinemes de tot Catalunya, gairebé 600 pantalles, tanquen per a protestar contra la normativa.
199. Avui s'ha presentat la candidatura de la Fundació Vicenç Ferrer al Premi Nobel de la Pau. Just el dia en què es tancava el termini.

### **TN Vespre, 1-02-10**

200. Pantalles en blanc durant tot el dia a la gran majoria de sales de cinema catalanes. D'aquesta manera han protestat contra la llei del cinema que vol tirar endavant la Generalitat i que preveu que el 50% de les pel·lícules que es projecten estiguin doblades o subtitulades al català.
201. A Haití hi ha preocupació pel tràfic il·legal de nens. Diferents organitzacions humanitàries han constatat que s'ha produït, per això treballen per evitar-ho i estar alerta i recorden que ara no és convenient plantejar-se cap procés d'adopció internacional.

### **TN Migdia, 2-02-10**

202. Avui també els parlem de pirateria a Internet, afecta al cinema òbviament, però també a la música.

### **TN Vespre, 2-02-10**

203. L'atur, i també l'elevat dèficit públic espanyol són seguits, molt de prop, des de l'exterior.
204. També el Parlament ha donat suport a la iniciativa legislativa popular Televisió sense Fronteres, en tràmit al Congrés dels Diputats, que demana que les emissions de ràdio i televisió en català, èuscar i gallec arribin als altres territoris que comparteixen aquestes llengües.
205. El Papa Benet XVI ha demanat als bisbes catòlics del Regne Unit que lluitin amb cel de missioner, textual, contra la llei per la igualtat que està tramitant el govern britànic.
206. La pirateria a Internet afecta al cinema, però també a la música. Les companyies discogràfiques independents que representen el 85% del mercat asseguren que el negoci se n'està ressentint i molt.

### **TN Migdia, 3-02-10**

207. Allarga fins als 25 anys la base per a calcular les pensions. Aquesta és la última recepta del govern espanyol per reformar el sistema polític de les pensions.
208. Una altra polèmica que té oberta el govern espanyol últimament és el dels controladors aeris.
209. Un jutge del Vendrell ha imputat l'imam de Cunit pels presumptes delictes d'amenaques, coaccions i calumnies contra una medidora de l'ajuntament de la localitat d'origen magrebí.

### **TN Vespre, 3-02-10**

210. Els plans del govern central per reformar les pensions està generant un ampli debat. Avui el secretari general de Comissions Obreres a Catalunya, Joan Carles Gallego, no ha descartat una vaga general si el govern espanyol pretén imposar-les sense consens social.
211. Els controladors aeris i AENA s'acusen mútuament d'haver trencat les negociacions que mantenien sobre el conveni d'aquest col·lectiu i el conflicte podria afectar els aeroports durant la Setmana Santa. Els controladors amenacen de no fer hores extres a partir de l'1 d'abril.
212. A Haití la crisi humanitària se suma a la crisi política. El govern i els representants polítics en general es veuen desbordats per gestionar la tragèdia del país.

### **TN Migdia, 4-02-10 [Ø]**

- \* Vaga parcial de quatre hores dels treballadors de Televisió de Catalunya per demostrar el seu desacord en la negociació del seu conveni. De 12 a 4 de la tarda les emissions de TV3, el 33 i el canal 3/24 es veuen afectades.
- \* Emissió de *Notícies 3/24* en substitució del *TN Migdia*. Edició exclosa de la mostra de treball per tenir un format diferent.

### **TN Vespre, 4-02-10**

213. Doncs les propostes de l'executiu central per reforçar el sistema de pensions, especialment la mesura de retardar l'edat de jubilació dels 65 als 67 anys han fet que els sindicats ja hagin fet els primers advertiments.
214. Fa temps que determinats especialistes mèdics, com ginecòlegs, dermatòlegs, pediatres i al·lèrgics, denuncien la falta de facultatius.



### **TN Migdia, 5-02-10**

- 215. Rodríguez Zapatero intenta agafar les regnes de la situació i ha convocat aquesta tarda una reunió extraordinària amb els agents socials per explicar la reforma laboral que, en principi, s'havia de presentar al Consell de Ministres.
- 216. A banda de la situació econòmica una altra patata calenta que té el govern espanyol sobre la taula és el conflicte amb els controladors aeris, que amenaça de complicar, i molt, les vacances de Setmana Santa.
- 217. Segurament recorden el caos monumental que va provocar l'ocupació de les pistes a l'Aeroport del Prat, ara fa tres anys, per part d'un grup de treballadors que demanaven millores laborals.

### **TN Vespre, 5-02-10**

- 218. El president Zapatero es mostra confiat en la ràpida recuperació de l'economia espanyola.
- 219. Govern i controladors aeris mantenen des de fa mesos un pols sobre el salari d'aquest col·lectiu i les hores extres que treballaven.
- 220. Més de 200 companys i líders sindicals d'UGT i Comissions Obreres s'han concentrat avui a les portes de l'Audiència de Barcelona per donar suport als 27 treballadors d'Iberia que a l'estiu del 2006 van bloquejar les pistes de l'Aeroport del Prat per protestar per l'externalització del servei de maletes.

### **TN Migdia Cap de Setmana, 6-02-10**

- 221. Bon dia. Si hi ha un objectiu que ja ha aconseguit el govern amb la seva reunió d'ahir amb la patronal i els sindicats sobre la reforma laboral és que allunya la hipòtesi de la vaga general com a resposta sindical a les reformes.
- 222. Al costat de la reforma laboral al govern espanyol li cal afrontar altres mesures per a evitar que continuï deteriorant-se la situació econòmica. Un dels fronts en que rep més crítiques és la política fiscal.
- 223. Marxa lenta de tractors aquest migdia per la C-25 a l'eix transversal. Els pagesos s'han concentrat a Calaf, a l'Anoia.

### **TN Vespre Cap de Setmana, 6-02-10**

- 224. Aquestes dades (en què queda clar l'índex d'atur entre els joves de fins a 25 anys, un 44%, i la distància respecte a països europeus, com Holanda, França o Alemanya on hi ha menys atur l'ocupació dels joves ja és una prioritat), revelen la necessitat d'introduir a l'Estat espanyol canvis en el mercat laboral.

**TN Migdia Cap de Setmana, 7-02-10**

225. Haití continua rebent el suport de les principals institucions econòmiques internacionals.

**TN Vespre Cap de Setmana, 7-02-10**

226. 26 dies després del terratrèmol d'Haití, quan el país corre el risc d'anar sortint de l'atenció de l'opinió pública mundial, continuen arribant testimonis de solidaritat amb les víctimes.

227. Avui fa tres anys que va morir Jaume Batlle, l'alcalde de Premià de Mar, en un accident a la N-2.

## **ANNEX II:**

### **FITXA D'ANÀLISI DE CONTINGUT**

La “Fitxa d'anàlisi de contingut” de l'estudi està formada per les variables i categories descrites a continuació.

#### **1. Identificació de la peça informativa**

#### **2. Data d'emissió**

#### **3. Informatiu**

- 3.1. *TN Migdia*
- 3.2. *TN Vespre*
- 3.3. *TN Migdia Cap de Setmana*
- 3.4. *TN Vespre Cap de Setmana*

#### **4. Nombre de peces informatives del *Telenotícies***

#### **5. Durada del *Telenotícies***

#### **6. Titular de la peça informativa**

#### **7. Tipus de peça**

- 7.1. Tema únic
- 7.2. Subtemes diversos

#### **8. Durada de la peça informativa**

#### **9. Presència de la peça en el sumari d'entrada**

- 9.1. Sí (amb indicació del número d'ordre)
- 9.2. No

#### **10. Número d'ordre en el *Telenotícies***

## **11. Format**

- 11.1. Presentador/a o periodista, veu en plató o en *off*, vídeos i so ambient
- 11.2. Presentador/a o periodista, veu en plató o en *off*, vídeos i declaracions dels actors de la informació
- 11.3. Presentador/a, plató, dóna pas, presentació del/la periodista (*stand up*), vídeos
- 11.4. Presentador/a, plató, dóna pas, presentació del/la periodista (*stand up*), vídeos, declaracions actors de la informació
- 11.5. Presentador/a, plató, dóna pas, presentació del/la periodista (*stand up*), vídeos, declaracions, entrevistes
- 11.6. Presentador/a, plató, dóna pas, presentació del/la periodista (*stand up*), vídeos, connexió en directe, declaracions actors de la informació, entrevistes

## **12. Actors principals de la informació**

- 12.1. Governs/Administració
  - 12.1.1. Generalitat de Catalunya/Departaments
  - 12.1.2. Govern d'Espanya/Ministeris
  - 12.1.3. Governs estrangers
  - 12.1.4. Parlament de Catalunya
  - 12.1.5. Congrés dels Diputats
  - 12.1.6. Ajuntaments
  - 12.1.7. Administració en general
  - 12.1.8. Administració de Justícia
  - 12.1.9. Organismes internacionals (ONU, UE, etc.)
  - 12.1.10. Altres
- 12.2. Grups econòmics i empresarials
  - 12.2.1. Foment del Treball Nacional (FTN)
  - 12.2.2. Confederació Espanyola d'Organitzacions Empresarials (CEOE)
  - 12.2.3. Cambra de Comerç de Barcelona
  - 12.2.4. Associació Espanyola de la Banca (AEB)
  - 12.2.5. Gremi d'Empresaris de Cinema
  - 12.2.6. Altres (Associació Espanyola d'Assessors Fiscals, Confederació Espanyola de Caixes d'Estalvi, Patronal de Fabricants, etc.)
- 12.3. Grups econòmics de treball
  - 12.3.1. Comissions Obreres (CCOO)
  - 12.3.2. Unió General de Treballadors (UGT)
  - 12.3.3. Comissions Obreres i Unió General de Treballadors
  - 12.3.4. Confederació General del Treball (CGT)
  - 12.3.5. Altres sindicats (SEPLA, Unió Sindical de Controladors, etc.)
  - 12.3.6. Comitès d'empresa
  - 12.3.7. Sindicats/treballadors en general
  - 12.3.8. Altres

- 12.4. Grups econòmics d'agricultors, ramaders i silvicultors
  - 12.4.1. Unió de Pagesos
  - 12.4.2. Altres
- 12.5. Grups professionals
- 12.6. Grups en defensa de l'interès públic general
  - 12.6.1. Creu Roja
  - 12.6.2. Metges sense Fronteres (MSF)
  - 12.6.3. Intermón Oxfam (IO)
  - 12.6.4. Oxfam
  - 12.6.5. UNICEF
  - 12.6.6. Càrites
  - 12.6.7. Amnistia Internacional (AI)
  - 12.6.8. Fundació Vicente Ferrer
  - 12.6.9. Save The Children
  - 12.6.10. ONG en general/diversos grups
  - 12.6.11. Altres
- 12.7. Grups institucionals públics o privats
  - 12.7.1. Universitat Autònoma de Barcelona
  - 12.7.2. Universitat de Barcelona
  - 12.7.3. Universitat Politècnica de Barcelona
  - 12.7.4. Universitat Pompeu Fabra
  - 12.7.5. Universitats en general, diverses
  - 12.7.6. Mitjans de Comunicació de premsa escrita amb seu social a Barcelona
  - 12.7.7. Mitjans de Comunicació de premsa escrita amb seu social a Madrid
  - 12.7.8. *Egunkaria*
  - 12.7.9. Altres universitats
  - 12.7.10. Altres
- 12.8. Grups de reflexió (*think-tanks*)
  - 12.8.1. Fundació Catalunya i Territori
  - 12.8.2. Fundació Rafael Campalans
  - 12.8.3. Fundació Trias Fargas
  - 12.8.4. Altres
- 12.9. Grups de causes
  - 12.9.1. Església catòlica (en general o grups dins l'església)
  - 12.9.2. Altres
- 12.10. Associacions polítiques/Plataformes ciutadanes
  - 12.10.1. Amical de Mauthausen i altres camps i de totes les víctimes del nazisme d'Espanya
  - 12.10.2. Associació Defensa Drets Animals (ADDA)
  - 12.10.3. Associació Plataforma per la Llengua – Col·lectiu l'Esbarzer
  - 12.10.4. Associacions de mares i pares d'alumnes

- 12.10.5. Associacions de veïns
- 12.10.6. Cercle d'Economia
- 12.10.7. Plataformes ciutadanes per la consulta sobre la independència de Catalunya
- 12.10.8. Societat Econòmica Barcelonesa d'Amics del País
- 12.10.9. FEDELATINA
- 12.10.10. Altres (assoc. de bèsties de foc, assoc. de malalts mentals, etc.)

#### 12.11. Col·lectius socials/activistes

- 12.11.1. Col·lectius defensors de l'alterglobalització
- 12.11.2. Col·lectius d'immigrants
- 12.11.3. Col·lectius de treballadors
- 12.11.4. Col·lectius d'estudiants
- 12.11.5. Col·lectius de veïns
- 12.11.6. Iniciativa Legislativa Popular per l'abolició de la tauromàquia
- 12.11.7. Collective of Sahrawi Human Rights Defenders (Aminatu Haidar)
- 12.11.8. Col·lectius d'activistes
- 12.11.9. Altres

#### 12.12. Altres

### 13. Actors secundaris de la informació

#### 13.1. Governs/Administració

- 13.1.1. Generalitat de Catalunya/Departaments
- 13.1.2. Govern d'Espanya/Ministeris
- 13.1.3. Governs estrangers
- 13.1.4. Parlament de Catalunya
- 13.1.5. Congrés dels Diputats
- 13.1.6. Ajuntaments
- 13.1.7. Administració en general
- 13.1.8. Administració de Justícia
- 13.1.9. Organismes internacionals (ONU, UE, etc.)
- 13.1.10. Altres

#### 13.2. Grups econòmics i empresarials

- 13.2.1. Foment del Treball Nacional
- 13.2.2. Confederació Espanyola d'Organitzacions Empresarials (CEOE)
- 13.2.3. Cambra de Comerç de Barcelona
- 13.2.4. Associació Espanyola de la Banca (AEB)
- 13.2.5. Gremi d'Empresaris de Cinema
- 13.2.6. Empreses
- 13.2.7. Altres

#### 13.3. Grups econòmics de treball

- 13.3.1. Comissions Obreres (CCOO)
- 13.3.2. Unió General de Treballadors (UGT)
- 13.3.3. Comissions Obreres i Unió General de Treballadors

- 13.3.4. Confederació General del Treball (CGT)
- 13.3.5. Altres sindicats (SEPLA, Unió Sindical de Controladors, etc.)
- 13.3.6. Comitès d'empresa
- 13.3.7. Sindicats/treballadors en general
- 13.3.8. Altres
- 13.4. Grups econòmics d'agricultors, ramaders i silvicultors
  - 13.4.1. Unió de Pagesos
  - 13.4.2. Altres
- 13.5. Grups professionals
- 13.6. Grups en defensa de l'interès públic general
  - 13.6.1. Creu Roja
  - 13.6.2. Metges sense Fronteres (MSF)
  - 13.6.3. Intermón Oxfam (IO)
  - 13.6.4. Oxfam
  - 13.6.5. UNICEF
  - 13.6.6. Càrites
  - 13.6.7. Amnistia Internacional
  - 13.6.8. Fundació Vicente Ferrer
  - 13.6.9. Save The Children
  - 13.6.10. En general
  - 13.6.11. Altres
- 13.7. Grups institucionals públics o privats
  - 13.7.1. Universitat Autònoma de Barcelona
  - 13.7.2. Universitat de Barcelona
  - 13.7.3. Universitat Politècnica de Barcelona
  - 13.7.4. Universitat Pompeu Fabra
  - 13.7.5. Universitats en general, diverses
  - 13.7.6. Mitjans de Comunicació de premsa escrita amb seu social a Barcelona
  - 13.7.7. Mitjans de Comunicació de premsa escrita amb seu social a Madrid
  - 13.7.8. *Egunkaria*
  - 13.7.9. Altres universitats
  - 13.7.10. Altres
- 13.8. Grups de reflexió (*think-tanks*)
  - 13.8.1. Fundació Catalunya i Territori
  - 13.8.2. Fundació Rafael Campalans
  - 13.8.3. Fundació Trias Fargas
  - 13.8.4. Altres
- 13.9. Grups de causes
  - 13.9.1. Església catòlica (en general o grups dins l'església)
  - 13.9.2. Altres

### 13.10. Associacions polítiques/de ciutadans

- 13.10.1. Amical de Mauthausen i altres camps i de totes les víctimes del nazisme d'Espanya
- 13.10.2. Associació Defensa Drets Animals (ADDA)
- 13.10.3. Associació Plataforma per la Llengua – Col·lectiu l'Esbarzer
- 13.10.4. Associacions de mares i pares d'alumnes
- 13.10.5. Associacions de veïns
- 13.10.6. Cercle d'Economia
- 13.10.7. Plataformes ciutadanes per la consulta sobre la independència de Catalunya
- 13.10.8. Societat Econòmica Barcelonesa d'Amics del País
- 13.10.9. FEDELATINA
- 13.10.10. Altres (assoc. de bèsties de foc, assoc. de malalts mentals, etc.)

### 13.11. Col·lectius socials/activistes

- 13.11.1. Col·lectius defensors de l'alterglobalització
- 13.11.2. Col·lectius d'immigrants
- 13.11.3. Col·lectius de treballadors
- 13.11.4. Col·lectius d'estudiants
- 13.11.5. Iniciativa Legislativa Popular per l'abolició de la tauromàquia
- 13.11.6. Collective of Sahrawi Human Rights Defenders (Aminatu Haidar)
- 13.11.7. Grups d'activistes
- 13.11.8. Altres

### 13.12. Altres

### 13.13. No pertinent

## **14. Personalització de la informació (actor principal)**

- 14.1. Alt càrrec/dirigent de la institució/organització/associació
- 14.2. Càrrec mitjà de la institució/organització/associació
- 14.3. Membre de la institució/organització/associació
- 14.4. Anònim/Ciutadans
- 14.5. Col·lectiu
- 14.6. No es produeix
- 14.7. Altres
- 14.8. No pertinent

## **15. Personalització de la informació (actor secundari)**

- 15.1. Alt càrrec/dirigent de la institució/organització/associació
- 15.2. Càrrec mitjà de la institució/organització/associació
- 15.3. Membre de la institució/organització/associació
- 15.4. Anònim/Ciutadans
- 15.5. Col·lectiu
- 15.6. No es produeix
- 15.7. Altres



15.8. No pertinent

## **16.Relació entre actor principal i secundari**

- 16.1. Col·laboració
- 16.2. Conflicte
- 16.3. Cap
- 16.4. Altres
- 16.5. No pertinent

## **17.Tipus d'acció de l'actor principal**

- 17.1. Declaració
- 17.2. Negociació
- 17.3. Presentació estudi/informe
- 17.4. Vaga
- 17.5. Manifestació espontània
- 17.6. Manifestació organitzada
- 17.7. *Performance*, festa reivindicativa
- 17.8. Concentració
- 17.9. Presentació acord
- 17.10. Altres

## **18.Fonts de la informació**

- 18.1. Oficials institucionals
- 18.2. Fonts institucionals
- 18.3. Pròpies (directes d'organitzacions i d'associacions, institucions, etc.)
- 18.4. Agències de notícies
- 18.5. Altres mitjans de comunicació
- 18.6. Altres
- 18.7. No apareixen

## **19.Àmbit geogràfic**

- 19.1. Barcelona
- 19.2. Catalunya
- 19.3. Madrid
- 19.4. Altres comunitats autònomes d'Espanya
- 19.5. Estats Units
- 19.6. Europa
- 19.7. Haití
- 19.8. Hondures
- 19.9. Altres països de Llatinoamèrica
- 19.10. Països d'Àfrica
- 19.11. Altres

## **20. Tema principal**

- 20.1. Encontres/acords internacionals (polítics, econòmics, etc.)
- 20.2. Catàstrofes
- 20.3. Crisi econòmica/Polítiques econòmiques
- 20.4. Política en general
- 20.5. Editorial sobre l'Estatut de Catalunya
- 20.6. Consultes per la independència de Catalunya
- 20.7. Polítiques socials
- 20.8. Ensenyament
- 20.9. Immigració
- 20.10. Polítiques culturals, indústries culturals
- 20.11. Abolició de la tauromàquia
- 20.12. Polítiques de medi ambient
- 20.13. Sanitat
- 20.14. Recerca i tecnologia
- 20.15. Conflictes laborals
- 20.16. Declaracions i conflictes en el si de les esglésies
- 20.17. Altres

## **ANNEX III:**

### **LLIBRE DE CODIS DE L'ANÀLISI DE CONTINGUT**

El “Llibre de codis” de l'estudi està format per un total de 20 variables (20 V), descrites a continuació.

**1. Identificació de la peça informativa**

Número de cadascuna de les unitats d'anàlisi que formen part de la mostra de treball.

**2. Data d'emissió**

Dia, mes i any de l'emissió del *Telenotícies*.

**3. Informatiu**

*TN Migdia, TN Vespre, TN Migdia Cap de Setmana i TN Vespre Cap de Setmana.*

**4. Nombre de peces informatives del *Telenotícies***

Quantitat total de peces informatives de cadascuna de les edicions dels *Telenotícies* amb les següents exclusions:

- a. Els sumaris d'entrada, d'abans de les pauses publicitàries i del final;
- b. La secció d'Esports.

**5. Durada del *Telenotícies***

Durada de l'informatiu amb l'exclusió de la secció d'Esports i els blocs de publicitat.

**6. Titular de la peça informativa**

Introducció del presentador/a.

## **7. Tipus de peça**

Tipologia de cadascuna de les unitats d'anàlisi que formen part de la mostra de treball. Es detecten dues categories diferents:

- a. La peça de tema únic: és la que té un context únic, es desenvolupa a l'entorn d'actors i accions amb una lògica comuna al llarg de tota la informació;
- b. La peça amb subtemes diversos: és la que inclou narracions amb perspectives, llocs, actors, accions i narradors-periodistes diferents, tots ells relacionats directament o indirectament amb el tema principal.

## **8. Durada de la peça informativa**

Durada de cadascuna de les unitats d'anàlisi que formen part de la mostra de treball. A partir de la V7 s'han diferenciat dos tipus de casos:

- a. Les peces de tema únic, en les quals s'ha comptat el temps íntegre de la peça;
- b. Les peces amb diversos subtemes, en les quals s'ha comptat únicament el fragment relatiu als actors i accions rellevants per al nostre estudi.

## **9. Presència de la peça en el sumari d'entrada**

És un indicador de la importància que es dona a la peça.

## **10. Número d'ordre en el *Telenotícies***

Com la variable anterior, aquest és un altre indicador de la importància de la peça. És el número d'ordre en relació al nombre de peces informatives de l'edició del *Telenotícies* tenint en compte els criteris de la V4, és a dir, la quantitat total de peces de l'edició del *Telenotícies* amb les exclusions dels resums apareguts en els sumaris d'entrada, d'abans de les pauses i del final i la secció d'Esports.

## **11. Format**

Estructura organitzativa que ordena els recursos tecnològics i informatius de cadascuna de les peces.

## **12. Actors principals de la informació**

Grups d'interès o institucions polítiques, o instàncies de les administracions estatals protagonistes de la informació.

### **13. Actors secundaris de la informació**

En algunes peces, a més dels actors principals, hi ha altres actors relacionats amb el tema de la informació. L'actor secundari és el destinatari de les accions, o bé el col·laborador de les accions, de l'actor principal. En la fitxa de l'anàlisi de contingut cadascuna d'aquestes categories es desglossen en diverses subcategories.

### **14. Personalització de la informació (actor principal)**

Protagonistes de la informació: càrrecs, membres o portaveus de les institucions, organitzacions o associacions.

### **15. Personalització de la informació (actor secundari)**

És el mateix cas que la variable anterior. La personalització de l'actor secundari –en cas que n'hi hagi– fa referència als protagonistes de la informació, als càrrecs, membres o portaveus de les institucions, organitzacions o associacions.

### **16. Relació entre l'actor principal i el secundari**

En cas de presència d'un actor secundari, és la relació entre els actors protagonistes de la informació. Bàsicament la relació pot ser de col·laboració o de conflicte amb l'entorn del tema principal de la peça informativa.

### **17. Tipus d'acció de l'actor principal**

Acció que desenvolupa l'actor protagonista de la informació, que expressa les diverses estratègies mediàtiques de cadascuna de les institucions polítiques i dels grups d'interès.

### **18. Fonts de la informació**

Procedència de la informació amb la qual es construeix la narració o narracions d'una mateixa peça.

Les fonts de la informació són freqüentment institucionals, però cal distingir entre la informació oficial (roda de premsa, declaracions oficials, etc.) i la no-oficial (declaracions de membres de la institució que actuen de manera informal).

També pot ser que la informació procedeixi d'una agència de notícies o d'altres mitjans de comunicació.

Tanmateix, però, en la majoria dels casos les fonts d'informació d'una peça són diverses i compten amb informacions pròpies. Això fa referència tant a la gravació directa de les imatges com a la recollida de la informació

obtingudes generalment pels equips de la redacció, els reporters, els corresponents o els enviats especials.

## **19. Àmbit geogràfic**

Procedència territorial del contingut de les peces informatives, perquè la pluralitat d'àmbits geogràfics contribueix molt significativament a la diversitat de veus i de temes.

La categoria 'Barcelona' fa referència a la ciutat, i la resta de les notícies ubicades a altres poblacions catalanes s'han inclòs a la categoria 'Catalunya'. En aquest sentit, la categoria 'Madrid' recull exclusivament les peces que es desenvolupen a la capital d'Espanya.

Entre la resta de categories cal destacar que s'han afegit 'Haití' i 'Hondures' per tal de recollir amb més precisió la presència, per diferents motius, d'aquests dos països en el període d'estudi.

## **20. Tema principal**

Aquesta variable té en compte la tematització de la informació. A partir de la V7 es poden establir dos tipus de casos:

- a. Les peces de tema únic
- b. Les peces amb subtemes diversos: s'opta pel tema del fragment de la peça informativa que és pertinent per al nostre estudi.

Les categories s'agrupen en temes de política o esdeveniments econòmics, socials, culturals, de recerca i tecnologia i religiosos de Catalunya, Espanya i el món.

## ANNEX IV:

### TAULES D'ACTORS PRINCIPALS I SECUNDARIS

L'Annex IV aporta les taules sobre les variables dels actors principals i secundaris, amb totes les categories que han obtingut algun valor a l'anàlisi de contingut:

#### Actors principals, per *Telenotícies* (en %)

<b><i>Telenotícies /</i></b> <b>Actors principals</b>	TN Migdia	TN Vespre	TN Migdia CS <sup>(1)</sup>	TN Vespre CS <sup>(1)</sup>
Generalitat de Catalunya, Departaments	3.03	6.33	4.17	--
Govern d'Espanya, Ministeris	8.08	7.60	--	4.00
Govern estrangers	1.01	--	--	4.00
Administració de Justícia	5.05	5.06		
Ajuntaments	--	--	4.17	--
Organismes internacionals (ONU, UE, etc.)	2.02	--		
Altres governs/Administració	3.03	1.27	4.17	--
Cambra de Comerç de Barcelona	1.01	1.27	--	--
Gremi d'Empresaris de Cinema	1.01	1.27		
Altres grups econòmics i empresarials	5.05	5.07	12.50	--
Comissions Obreres (CCOO)	3.03	2.53	--	4.00
Unió General de Treballadors (UGT)	1.01	--	8.33	--
CCOO i UGT	2.02	1.27	--	--
Sindicats/treballadors en general	1.01	7.59	--	--

.../...

.../...

Altres sindicats de treballadors	2.02	2.53	--	--
Unió de pagesos	1.01	1.27	4.17	4.00
Altres grups econòmics d'agricultors, ramaders i silvicultors	1.01	1.27	8.33	--
Altres grups professionals	2.02	3.80	--	--
Creu Roja	1.01	1.27	--	--
Oxfam	1.01	1.27	--	--
UNICEF	1.01	--	--	--
Càrites	1.01	1.27	--	--
Fundació Vicente Ferrer	1.01	--	--	--
Save The Children	1.01	--	--	--
ONG en general/diversos grups	1.01	2.53	12.50	--
Altres ONG	4.04	3.80	4.17	8.00
Universitat Politècnica de Barcelona	1.01	--	--	--
Universitat Pompeu Fabra	1.01	--	--	--
Universitats en general, diverses	1.01	2.53	--	--
Mitjans de comunicació de premsa escrita amb seu social a Barcelona	2.02	1.27	--	--
Mitjans de comunicació de premsa escrita amb seu social a Madrid	--	1.27	--	--
Fundació Rafael Campalans	1.01	--	--	--
Església catòlica (en general o grups dins l'església)	3.03	3.80	--	8.00
Altres grups de causes	--	1.27	--	4.00

.../...



.../...

Associació Plataforma per la Llengua	--	--	4.17	4.00
Plataformes ciutadanes per la consulta sobre la independència de Catalunya	3.03	3.80	4.17	4.00
Altres associacions polítiques/de ciutadans	6.06	5.06	12.50	24.00
Col·lectius defensors de l'alterglobalització	5.05	3.80	--	--
Col·lectius d'immigrants	--	3.80	--	--
Col·lectius de treballadors	4.04	1.27	4.17	--
Col·lectius d'estudiants	2.02	1.27	--	--
Col·lectius de veïns	1.01	--	--	4.00
Collective of Sahrawi Human Rights Defenders (Aminatu Haidar)	4.04	5.06	8.33	8.00
Altres col·lectius socials/activistes	6.06	6.33	4.17	20.00
Altres grups d'interès/col·lectius socials	6.06	1.27	--	--
Total	100	100	100	100

(1) CS són les sigles de Cap de Setmana.

Font: Elaboració pròpia a partir de l'anàlisi de contingut de la mostra seleccionada.

### Actors secundaris, per *Telenotícies* (en %)

<b>Telenotícies / Actors principals</b>	TN Migdia	TN Vespre	TN Migdia CS <sup>(1)</sup>	TN Vespre CS <sup>(1)</sup>
Generalitat de Catalunya, Departaments	9.9	5.07	12.50	--
Govern d'Espanya, Ministeris	19.19	12.66	25.00	4.00
Govern estrangers	10.10	10.13	12.50	4.00
Parlament de Catalunya	2.02	1.27	--	--
Congrés dels Diputats	--	1.27	--	--

.../...

.../...

Administració en general	--	2.53	--	--
Administració de Justícia	3.03	2.53	--	--
Ajuntaments	3.03	1.27	--	--
Organismes internacionals (ONU, UE, etc.)	7.07	3.80	12.50	
Altres governs/Administració	2.02	2.53	8.33	--
Cambra de Comerç de Barcelona	--	--	4.17	--
Confederació Espanyola de Organitzacions Empresarials (CEOE)	2.02	1.27	--	--
Associació Espanyola de la Banca	1.01	--	--	--
Empreses	4.04	6.33	--	--
Altres grups econòmics i empresarials	3.03	3.80	8.33	
Comissions Obreres (CCOO)	--	3.80	--	4.00
Unió General de Treballadors (UGT)	--	--	--	--
CCOO i UGT	2.02	1.27	--	--
Sindicats/treballadors en general	1.01	--	--	--
Altres sindicats de treballadors	--	1.27	--	--
Unió de pagesos	--	--	--	4.00
Intermón Oxfam	1.01	--	--	--
Amnistia Internacional	--	1.27	--	--
Altres ONG	2.02	--	--	8.00
Universitat Politècnica de Barcelona	--	1.27	--	--
Universitat Pompeu Fabra	1.01	--	--	--
Universitats en general, diverses	1.01		--	--

.../...

.../...

Mitjans de comunicació de premsa escrita amb seu social a Barcelona	1.01	2.54	--	--
<i>Egunkaria</i>	1.01	1.27	--	--
Fundació Catalunya i Territori	1.01	1.27	--	--
Fundació Trias Fargas	1.01		--	--
Església catòlica (en general o grups dins l'església)	1.01	1.27	--	8.00
Altres grups de causes	1.01	--	--	4.00
Associació Plataforma per la Llengua	--	--	--	4.00
Associacions de mares i pares d'alumnes	--	1.27	--	
Plataformes ciutadanes per la consulta sobre la independència de Catalunya	3.03	1.27	--	4.00
Societat Econòmica Barcelonesa d'Amics del País	--	--	--	4.00
Altres associacions polítiques/de ciutadans	--	1.27	--	16.00
Col·lectius defensors de l'alterglobalització	2.02	--	--	--
Col·lectius de treballadors	3.03	--	--	--
Col·lectius d'estudiants	--	--	--	4.00
Collective of Sahrawi Human Rights Defenders (Aminatu Haidar)	--	--	--	8.00
Altres col·lectius socials/activistes	--	--	--	20.00
Altres grups d'interès/col·lectius socials	3.03	7.59	--	4.00
No pertinent	9.09	18.99	16.67	--
Total	100	100	100	100

(1) CS són les sigles de Cap de Setmana.

Font: Elaboració pròpia a partir de l'anàlisi de contingut de la mostra seleccionada.